



XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE

"ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL"

COMUNICAÇÃO, MARKETING E AMOROSIDADE COMO DISPOSITIVOS POTENCIALIZADORES DE TURISMO EM LUGARES 'MAL-DITOS'

Camila Carvalho de Melo¹ e Maria Luiza Cardinale Baptista²

Resumo

Este artigo tem como proposta a reflexão sobre como a Comunicação e o Marketing, associados à Amorosidade, apresentam-se como dispositivos potencializadores de turismo em lugares 'mal-ditos', ou seja, lugares sobre os quais não se fala bem e que, neste sentido, são 'mal-ditos' para o Turismo. Trata-se de relato parcial de pesquisa em desenvolvimento na Universidade de Caxias do Sul, em nível de doutorado. Tem forte viés epistemológico, na revisão dos pressupostos inerentes às grandes trilhas teóricas: Ecologia dos Saberes, Visão Complexa e Eossistêmica da Ciência, Turismo, Comunicação, Marketing e Amorosidade. A estratégia metodológica utilizada é a Cartografia dos Saberes, composta por quatro trilhas investigativas: Saberes Pessoais, resgatando os saberes do pesquisador, que são registrados em diário de pesquisa; Saberes Teóricos, que coloca os Saberes Pessoais em diálogo com saberes de outros autores; Usina de Produção, com aproximações e ações investigativas; e Dimensão Intuitiva da Pesquisa, que valoriza a intensidade dos dados sutis que brotam espontaneamente do campo. Na Usina de Produção, realizou-se aproximações investigativas que representaram a visita, de forma virtual e presencial, a três lugares 'mal-ditos' no período entre Outubro de 2021 e Abril de 2022. Como resultados preliminares, observa-se que a Comunicação e o Marketing, aliados a uma postura verdadeiramente ética, amorosa e ecossistêmica, são dispositivos que potencializam a autopeise de lugares tidos como 'mal-ditos' para o Turismo, fortalecendo a economia local e, conseqüentemente, a vida dos moradores da região. Para que essa potencialização se efetive, no entanto, é necessário a transformação de pressupostos inerentes a cada uma das trilhas, no sentido de valorização de orientação matrística, pautada pelo enfrentamento de proposições que Boaventura Sousa Santos resume na tríade patriarcado, colonialismo e capitalismo.

Palavras-chave: comunicação; marketing; turismo; amorosidade

¹ Doutoranda e Mestra em Turismo e Hospitalidade (UCS). Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda (UCS). Taxista Capes/PROSUC. Email: ccmelol@ucs.br.

² Doutora em Ciências, pela Escola de Comunicações e Artes da USP, com Estágio Pós-doutoral no Programa de Pós-Graduação em Sociedade e Cultura do Amazonas (PPGSCA-UFAM). Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul. Editora da Revista Conexão – Comunicação e Cultura. Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopeise (CNPq-UCS). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2996705711002245>. E-mail: malu@pazza.com.br



XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE

"ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL"

Referências

- Baptista, M. L. C. (2000). *Comunicação trama de desejos e espelhos: os metalúrgicos, a telenovela e a comunicação do sindicato*. Canoas: Ed. da ULBRA.
- Baptista, M. L. C. (2014a). Cartografia de Saberes na Pesquisa em Turismo: Proposições Metodológicas para uma Ciência em Mutação. *Revista Rosa dos Ventos*, 6(3), 342-355. Recuperado de <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2647>
- Baptista, M. L. C. (2014b). Quem é o sujeito da comunicação? A proposição de sujeito-trama, como campo caosmótico, e suas imbricações complexas, em tempos de internacionalização. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. VI Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, PR. 2 a 5/9/2014.
- Baptista, M. L. C. (2014c). Caosmose, desterritorialização e amorosidade na comunicação. *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação*, 2(4), 98-105. Recuperado de <http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/9625>.
- Baptista, M. L. C. (2020a). Amar la trama más que el desenlace! Reflexões sobre as proposições Trama Ecosistêmica da Ciência, Cartografia dos Saberes e Matrizes Rizomáticas, na pesquisa em Turismo. *Turismo Contemporâneo*, 8(1), 41-64. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2020v8n1ID18989>
- Baptista, M. L. C. (2020b). O Averso do Turismo como proposição de sinalizadores para o futuro. Reflexões ecosistêmicas sobre entrelaçamentos e processualidades do avesso das desterritorializações turísticas em seus saberes e fazeres [Resumo]. In ANPTUR (Eds). *Anais ANPTUR 2020, XVII Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 2020* (n.p). Recuperado de: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/17/1956.pdf>.
- Capra, F. (1996). *A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos*. São Paulo: Editora Cultrix.
- Cidade e Cultura. (2022). Joinville, a terra da dança. Recuperado de <https://www.cidadeecultura.com/joinville-terra-da-danca/>.



XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE
"ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E
FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL"

- Deleuze, G; Guattari, F. (1997). *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Editora 34. Vol. 5.
- Giovannini, G. (1987). *Evolução na comunicação: do sílex ao silício*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Guattari, F., Rolnik, S. (1996). *Micropolítica: cartografias do desejo*. 4. ed. Petrópolis: Vozes.
- IBGE. (2022). *Cidades e Estados do Brasil*. Recuperado de: <https://cidades.ibge.gov.br/>
- Maturana, H. (1992). *El sentido de lo humano*. 4ª ed. Santiago: Hachette.
- Kotler, P., & Lane Keller, L. (2019). *Administração de marketing*. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil.
- Philip, K, Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Krenak, A. (2020). *O amanhã não está à venda*. 1.ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- Krenak, A. (2019). *Ideias para adiar o fim do mundo*. 1.ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- Marcondes, C. (2008). *Para entender a comunicação: contatos antecipados com a Nova Teoria*. São Paulo: Paulus.
- Maturana, H. R., & Zöhler, G. V. (2004). *Amar e brincar: fundamentos esquecidos do humano*. Recuperado de https://issuu.com/movimentocidadesinvisiveis/docs/amar_e_brincar_-_fundamentos_esquecidos_do_humano_.
- Maturana, H. R. (1998). *Emoções e linguagem na educação e na política*. Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- Maturana, H. (1992). *El sentido de lo humano*. 4ª ed. Santiago: Hachette.



XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE
"ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E
FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL"

Melo, C.C. (2019). Caminhada noturna do turismo: tramas subjetivas e comunicacionais no processo de desterritorialização. (Dissertação). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul - RS.

Rolnik, S. (1989). *Cartografia sentimental, transformações contemporâneas do desejo*. São Paulo: Editora Estação Liberdade.

Santos, B. S. (2009). Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. In Santos, B. S., & Meneses, M. P. (Orgs). *Epistemologias do Sul*. (pp. 23 - 71). Coimbra: Almedina.

Santos, B. S. (2002). *Produzir para viver: os caminhos da produção não-capitalista*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Santos, B. S. (1988). *Um discurso sobre as ciências*. (2a. Ed.). Porto: Afrontamento.

Santos, T., Viégas Lima, M. V., Brunetta, D. F., Fabris, C., & Seleme, A. (2009). O desenvolvimento do Marketing: uma perspectiva histórica. *Revista de Gestão*, 16(1), 89-102. Recuperado de: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/5284/o-desenvolvimento-do-marketing--uma-perspectiva--->.