



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E ARTES PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ESTUDOS DE CULTURA CONTEMPORÂNEA

DÉBORA MOREIRA MELLO

**O ACONTECIMENTO PANDEMIA NA CULTURA DOS HOSTELS EM
MATO GROSSO**

Cuiabá - MT
2023

DÉBORA MOREIRA MELLO

**O ACONTECIMENTO PANDEMIA NA CULTURA DOS HOSTELS EM
MATO GROSSO**

Tese apresentada ao programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, da Faculdade de Comunicação e Artes, da Universidade Federal de Mato Grosso como requisito para o título de Doutor em Estudos de Cultura Contemporânea.

Orientador: Pedro Pinto de Oliveira

Cuiabá - MT
2023

Dados Internacionais de Catalogação na Fonte.

M527a MELLO, Débora Moreira.

O Acontecimento Pandemia na Cultura dos Hostels em Mato Grosso [recurso eletrônico] / Débora Moreira MELLO. -- Dados eletrônicos (1 arquivo : 123 f., pdf). -- 2023.

Orientador: Pedro Pinto de Oliveira.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Mato Grosso, Faculdade de Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea, Cuiabá, 2023.

Modo de acesso: World Wide Web: <https://ri.ufmt.br>.

Inclui bibliografia.

1. Hostels. 2. Turismo em Mato Grosso. 3. Cultura. 4. Comunicação. 5. Covid-19. I. Oliveira, Pedro Pinto de, *orientador*. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Permitida a reprodução parcial ou total, desde que citada a fonte.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EM ESTUDOS DE CULTURA
CONTEMPORÂNEA

FOLHA DE APROVAÇÃO

TÍTULO: O ACONTECIMENTO PANDEMIA NA CULTURA DOS HOSTELS MATO GROSSO

AUTORA: Doutoranda Débora Moreira Mello

Tese defendida e aprovada em **30 de Março de 2023**.

COMPOSIÇÃO DA BANCA EXAMINADORA

- 1. Doutor Pedro Pinto de Oliveira** (Presidente Banca / Orientador)
INSTITUIÇÃO: UFMT
- 2. Doutor Benedito Dielcio Moreira** (Examinador Interno)
INSTITUIÇÃO: UFMT
- 3. Doutora Rita de Cassia Domingues dos Santos** (Examinadora Interna)
INSTITUIÇÃO: UFMT
- 4. Doutor Rodrigo Daniel Levoti Portari** (Examinador Externo)
INSTITUIÇÃO: UEMG
- 5. Doutor Michel Alves Ferreira** (Examinador Externo)
INSTITUIÇÃO: UNEMT

CUIABÁ, 30/03/2023.



Documento assinado eletronicamente por **Rodrigo Daniel Levoti Portari**, Usuário Externo, em 04/04/2023, às 08:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Pedro Pinto de Oliveira, Usuário Externo**, em 04/04/2023, às 08:35, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Michel Alves Ferreira registrado(a) civilmente como Michel, Usuário Externo**, em 04/04/2023, às 13:11, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Benedito Dielcio Moreira, Usuário Externo**, em 05/04/2023, às 08:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **RITA DE CASSIA DOMINGUES DOS SANTOS, Docente da Universidade Federal de Mato Grosso**, em 05/04/2023, às 10:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufmt.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5685713** e o código CRC **4F4F561E**.

RESUMO

A presente pesquisa se situa na interseção do Turismo, Cultura e Comunicação. Na costura destas linhas analisamos o atravessamento de um acontecimento, a pandemia, e as reverberações que afetaram a vida e a prática de uma atividade específica do Turismo, os hostels. A noção de acontecimento que trabalhamos é de base pragmatista com Louis Quéré e que se situam a problematização desta pesquisa. O acontecimento que faz falar, com o testemunho dos donos de hostels afetados pela pandemia, no contexto de descaso do governo Bolsonaro ao enfrentamento à Covid-19. O acontecimento, neste estudo, é visto como uma força que desloca os sentidos, que faz falar, sofrer e (re) agir. A prática do Turismo, instrumento de enriquecimento da experiência cultural para a sociedade envolvida nesta atividade e para os indivíduos, que partilham momentos de novas vivências, foi uma das mais afetadas pela pandemia em todo o Mundo. Foi realizado um estudo de caso sobre a situação dos Hostels em Mato Grosso. Partimos das seguintes perguntas condutoras: como a pandemia afetou o cotidiano dessa atividade? Quais quadros de sentidos conformam a experiência dos proprietários desses lugares do fazer turismo nos seus relatos sobre a atividade? O objetivo geral foi buscar apreender de como a pandemia de Covid-19 afetou o cotidiano de proprietários e da atividade dos hostels em Mato Grosso no contexto cultural contemporâneo da pandemia. Entre os objetivos específicos estão relacionados à situação atual desse segmento de hospedagem no estado de Mato Grosso, por que alguns hostels sobreviveram à pandemia e outros não? Para entender o contexto turístico do estado foi realizado um breve levantamento sobre a atividade, o espaço e as políticas envolvidas. A fundamentação tem como eixo teórico a ideia relacional da comunicação, a partir de Vera França e os conceitos operadores de acontecimento de Louis Quère e de enquadramento com Erving Goffman. Incorporamos à pesquisa, ainda, autores que tratam do Turismo, uma vez que abordam as motivações, as preferências e as condutas como Ana Paula Spolon (2010) e entre os autores que estudam os Albergues da Juventude, Maria José Guiaretta (2010) e Carlos Beni que trazem conhecimentos sobre o turismo social. Abordamos, neste estudo, o conceito de Lugar de Yi-fu Tuan, vinculado à Geografia Humana - espaço de significados construído pelas experiências humanas. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, na qual se utilizou a técnica de questionário contendo questões abertas com os hosteleiros, que demonstraram bastante preocupação e tristeza perante a situação pandêmica e a atuação governamental.

Palavras-chave: Hostels. Turismo em Mato Grosso. Cultura. Comunicação. Covid-19.

RESUMEN

Esta investigación se ubica en la intersección de Turismo, Cultura y Comunicación. En la costura de estas líneas, analizamos el cruce de un evento, la pandemia, y las reverberaciones que afectaron la vida y práctica de una actividad específica del Turismo, los albergues. La noción de evento que trabajamos se basa en el pragmatismo con Louis Quèrè y ahí se sitúa la problematización de nuestra investigación. El evento que da que hablar, con el testimonio de los dueños de albergues afectados por la pandemia, en el contexto del desprecio del gobierno de Bolsonaro por enfrentar el Covid-19. El acontecimiento, en este estudio, es visto como una fuerza que desplaza los sentidos, que hace hablar, sufrir y (re)actuar. La práctica del Turismo, instrumento de enriquecimiento de la experiencia cultural para la sociedad involucrada en esta actividad y para las personas, que comparten momentos de nuevas experiencias, fue una de las más afectadas por la pandemia a nivel mundial. Se realizó un estudio de caso sobre la situación de los hostales en Mato Grosso. Partimos de las siguientes preguntas orientadoras: ¿cómo afectó la pandemia al cotidiano de esta actividad? ¿Qué marcos de significados conforman la experiencia de los propietarios de estos lugares de turismo en sus relatos sobre la actividad? El objetivo general fue buscar conocer cómo la pandemia de Covid-19 afectó el cotidiano de los propietarios y la actividad de los hostales en Mato Grosso en el contexto cultural contemporáneo de la pandemia. Entre los objetivos específicos están relacionados con la situación actual de este segmento de alojamiento en el estado de Mato Grosso, ¿por qué algunos hostales sobrevivieron a la pandemia y otros no? Para comprender el contexto turístico del estado, se realizó un breve relevamiento sobre la actividad, el espacio y las políticas involucradas. El fundamento tiene como eje teórico la idea relacional de comunicación, de Vera França y los conceptos operativos de evento de Louis Quèrè y framing con Erving Goffman. También incorporamos a la investigación autores que se ocupan del Turismo, ya que abordan motivaciones, preferencias y comportamientos como Ana Paula Spolon (2010) y entre los autores que estudian los Albergues Juveniles, María José Guiareta (2010) y Carlos Beni que aportan conocimientos sobre turismo social. En este estudio nos acercamos al concepto de Lugar de Yi-fu Tuan, vinculado a la Geografía Humana - un espacio de significados construido por las experiencias humanas. Se trata de una investigación cualitativa, en la que se utilizó la técnica del cuestionario, que contiene preguntas abiertas con los dueños de los hostales, quienes mostraron mucha preocupación y tristeza ante la situación de pandemia y la acción del gobierno.

Palabras clave: Hostales. Turismo en Mato Grosso. Cultura. Comunicación. Covid-19.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
CEDTUR	Conselho Estadual de Desenvolvimento do Turismo
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
FBAJ	Federação Brasileira de Albergues da Juventude
FECOMERCIOSP	Conselho de Turismo da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo
FIFA	Federação Internacional de Futebol
FUNGETUR	Fundo Geral de Turismo
GTES	Grupo de Pesquisa Turismo, Economia e Sustentabilidade
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMBIO	Instituto Chico Mendes
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IYHF	International Youth Hostel Federation
OMS	Organização Mundial de Saúde
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PIB	Produto Interno Bruto
SBClass	Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem
SEADTUR	Secretaria Adjunta de Turismo
SECITEC	Secretaria de Estado de Ciência Tecnologia e Educação
SEDEC	Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico
SISMapa	Sistema de Informações do Mapa do Turismo Brasileiro
SNUC	Sistema Nacional de Unidades de Conservação
UECE	Universidade Estadual do Ceará
UFMT	Universidade Federal de Mato Grosso
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento
UNEMAT	Universidade do Estado de Mato Grosso

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Mapa do estado de Mato Grosso	26
Figura 2 - Cuiabá e Chapada dos Guimarães América do Sul	29
Figura 3 - Localização Cuiabá e Chapada dos Guimarães	30
Figura 4 - Espaços de Cultura em Cuiabá-MT	31
Figura 5 - Casa dos Artesões	32
Figura 6 - Artesanato cuiabano.....	33
Figura 7 - Imagem de queda de água.....	34
Figura 8 - Imagem das formações rochosas	34
Figura 9 - Mapa do Turismo de Mato Grosso.	36
Figura 10 - Crédito FUNGETUR 2020	39
Figura 11 - Crédito FUNGETUR 2021	39
Figura 12 - Avaliação dos itens dos atrativos visitados.....	40
Figura 13 - Registros sobre retorno ao atrativo	42
Figura 14 - Opiniões e avaliações sobre os atrativos turísticos.....	42
Figura 15 - Hostels Mato Grosso I	50
Figura 16 - Hostels Mato Grosso II.....	50
Figura 17 - Hostels Mato Grosso III.....	51
Figura 18 - Hostels Mato Grosso IV	51
Figura 19 - Hostels Mato Grosso V.....	51
Figura 20 - Elementos da cultura do estado	52
Figura 21 - Formulário Google da pesquisa	92
Figura 22 - Continuação Formulário Google da pesquisa.....	93

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Situação do turismo.....	38
Quadro 2 - Questionamentos	87
Quadro 3 - Respostas/Economia	95
Quadro 4 - Respostas/Incerteza	97
Quadro 5 - Respostas/Emoções	102
Quadro 6 - Respostas/Estratégias	104
Quadro 7 - Respostas/Comunicação com o Turista.....	106

SUMÁRIO

PREÂMBULO	11
INTRODUÇÃO	15
1 MATO GROSSO, TURISMO E HOSTEL.....	23
1.1 ONDE ESTAMOS E COMO CHEGAMOS?.....	23
1.2 DUAS CIDADES	29
1.3 COMO VAI, TURISMO?	35
1.4 O LUGAR DA HOSPEDAGEM	43
2 FUNDAMENTAÇÃO	55
2.1 A COVID-19	55
2.1.2 UM DURANTE E APÓS PANDEMIA.....	59
2.2 ENQUADRAMENTO.....	64
2.4 A ANCORAGEM	70
3 O ACONTECIMENTO PANDEMIA	75
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	86
4.1 PESQUISA TEÓRICA E LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO	89
4.2 HOSTELS SELECIONADOS	90
4.3 COLETA DE DADOS E INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	91
4.4 ANÁLISES DOS ACHADOS	94
5 OS QUADROS DE SENTIDO	95
5.1 ECONOMIA.....	95
5.2 INCERTEZA	97
5.3 EMOÇÕES	101
5.4 ESTRATÉGIAS	104
5.5 COMUNICAÇÃO COM O TURISTA	106
6 ÚLTIMOS APONTAMENTOS	109
REFERENCIAL TEÓRICO	113

PREÂMBULO

Diversas foram as formas analisadas acerca de como fazer este preâmbulo: “O que devo mencionar? Devo mesclar a vida pessoal com a acadêmica? O que realmente este processo significou em minha vida? Evolui e me transformei?”. E assim os pensamentos/dúvidas/emoções foram surgindo e decidi colocá-los no papel.

Desde pequena tenho sido uma apaixonada pelos contatos humanos e culturais, minha mãe sempre diz: “Débora sempre gostou de gente desde pequena”, enquanto meus irmãos gostavam de games e televisão. Partindo disso, devo recorrer a minha infância, lembrando uma professora do jardim de infância, chamada Meire Rose, que lecionava Geografia na escola Cooperativa Xarayés, e suas aulas me levavam ao meu mundo e a tantos outros, as paisagens da Chapada dos Guimarães, que me viram crescer, ao Pantanal, com o seu mais belo pôr do Sol e águas tranquilas, a minha cidade, Cuiabá, com suas modificações ocasionadas pelo crescimento, conflitos e belezas. Essas aulas me mostraram como o meu mundo poderia ser “vários mundos”, como eu deveria cuidá-lo, amá-lo e desbravá-lo.

Comecei a viajar aos 17 anos, em 2003, quando fiz intercâmbio cultural pelo Rotary Club no México, e o “bichinho da viagem me picou” e senti na pele o poder transformador que uma viagem pode resultar em nossas vidas. Vivenciei o mundo do narcotráfico, o perigo de sair sozinha na rua e aprendi a dar valor quando eu andava tranquila pelas ruas de Cuiabá, senti a saudade e a falta que minha família fazia e quando retornei passei a dar mais atenção aos meus pais, que estavam envelhecendo e precisavam mais de mim e, mesmo no meio dessa tensão, conheci pessoas de paz, que me mostraram como é grande o sentimento de amor, como podemos amar ao próximo sem mesmo conhecê-lo. O amor move o Mundo, lapida o coração e ilumina nossas almas.

Nunca havia pensado em ter coisas - essa viagem reforçou esse pensamento -, mas pensava em trabalhar para poder conhecer o Mundo e as pessoas, como li uma vez: “viajar é a única coisa que você gasta dinheiro e te deixa rico” e até hoje sigo com essa frase me guiando. Quando retornei, em 2004, segui viajando. E em uma viagem, conheci os hostels e percebi como esta hospedagem encaixava no que eu buscava. Passei a me hospedar nesses, por dois motivos: preço - ainda era estudante - e porque viajava sozinha e nessa hospedagem conhecia pessoas. No entanto, foi observado algo maior ainda.

Uma palavra rondava os meus pensamentos: cultura, achava uma palavra bela, sensível e enigmática. E quando chegou o momento de decidir sobre qual universidade cursar,

eu fui pelo caminho da Arquitetura, por sempre ter pintado quadros desde criança, gostar de decoração e, também, pela influência de outras pessoas.

No entanto, as palavras: cultura, mundo e viagem me acompanhavam e, então, um dia me disseram: “Débora você não tem nada a ver com Arquitetura, seu curso é Turismo” e eu pensei: “Realmente”, fiz novamente o vestibular, passei e mudei para Nova Xavantina – Mato Grosso, local no qual se encontra o campus de Turismo da UNEMAT. E alguns meses depois, essa mulher que havia me dito isso, descobriu que estava com câncer e um tempo depois fez sua passagem, exponho aqui minha eterna lembrança a você Teresa Cristina Monteiro.

Já na Universidade, conheci um professor chamado Luís da Rosa Garcia Netto, estava ele palestrando sobre a Rota Pantanal Pacífico e toda a minha paixão pela Geografia, pelas palavras que rondavam meus pensamentos voltaram com firmeza. Decidi, então, unir a pesquisa sobre os hostels, afinal, todo viajante tem a necessidade de parar em algum lugar para recuperar as energias e com as trocas culturais que ocorrem dentro desse segmento de hospedagem na cidade de Cuiabá.

Com esta perspectiva iniciei as pesquisas com a monografia, e logo depois segui no Mestrado em Geografia na Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá. Pautada na ideia de que o turismo é uma atividade que se realiza no espaço geográfico foi desenvolvida a dissertação com uma perspectiva diferente dos demais estudos desenvolvidos na análise da viagem como um veículo de enriquecimento cultural sob o enfoque da geografia do *lugar*, tendo como sujeitos turistas hospedados no Albergue da Juventude Pantanal, em Cuiabá-MT. No entanto, ainda percebia o quanto este tipo de hospedagem causava preconceito e falta de informações e que havia um mundo a ser explorado.

Depois de finalizar o Mestrado, queria ministrar aula para saber se era a carreira docente que queria seguir, fiz então teste seletivo para a SECITEC - Secretaria de Estado de Ciência Tecnologia e Educação - para os Cursos de Hospedagem, Guia de Turismo, Espanhol e Eventos para a cidade de Chapada dos Guimarães, passei e fiquei durante quatro anos lecionando nos cursos e trabalhando com consultoria das áreas de Patrimônio Cultural e Arqueológico e Turismo. Entretanto, sempre quis fazer o Doutorado no ECCO, pensando em seguir pesquisando mais sobre o tema dos hostels.

Decidi, primeiramente, entrar como aluna especial, para ver se realmente era esse o caminho. Conheci o Prof. Dr. Dielcio Moreira e ele logo me recebeu com muita atenção e comecei a participar do Grupo de Pesquisa Multimundos, dos eventos em Cuiabá, em São Paulo e comecei a escrever artigos. Acabei “apaixonada” pelas disciplinas, professores,

colegas e o ambiente. Até que fiz o seletivo e passei, tendo sido uma das maiores alegrias da minha vida.

Ingressei no doutorado em Estudos de Cultura Contemporânea, em 2019, depois de estudar como aluna especial no mesmo programa por um ano, que me fortaleceu bastante e tive a certeza de que queria seguir com o doutorado e nesse programa. Ter ministrado aulas antes do doutorado também trouxe a certeza de que quero seguir com a docência. Os anos de 2019 e 2020 foram dedicados às disciplinas, ao Grupo de Pesquisa Multimundos, e através desse foram realizados alguns eventos, estudados alguns autores e feitas as apresentações, que ajudaram bastante a conhecer os autores do programa com os quais não havia tido contato.

A partir desse ponto comecei a ajustar meu projeto com os autores que eram estudados, em sala de aula e no grupo de pesquisa. Cada vez mais é possível perceber que o estudo da cultura está totalmente vinculado com o turismo. Pode-se dizer que o turismo é uma arte que estuda o mundo e os sentimentos que se concretizam por meio dos humanos que se dispõem a conhecer ou os que se dispõem a receber, e o estudo da cultura vem para dar força e clareza nesses movimentos e resultados.

A pesquisa, primeiramente, era composta pela interseção das temáticas do Turismo, Cultura e Comunicação que se entrecruzavam nos espaços dos hostels, seria uma pesquisa participante através do contato com os que se hospedam, com o espaço físico e midiáticos dos hostels do estado de Mato Grosso. Porém, no ano de 2020 houve um “divisor de águas” nesta pesquisa, nas vidas e no Mundo, a Covid-19, que impactou a vida, emoções, cotidiano, deslocamento, contato com pessoas e lugares e a tristeza das notícias das mortes diárias que afetavam o emocional. Um tempo muito difícil e triste.

Foi necessário repensar a tese. Em termos de atividades econômicas/sociais, vários especialistas mencionavam que a atividade turística era o segmento mais afetado no Mundo, e a partir disso houve necessidade de readaptação, resultando em mudança da tese. Assim, esta pesquisa se voltou para o momento atual, seguimos com alguns pontos que envolviam a interseção das temáticas do Turismo, Cultura e Comunicação, mas mencionando o acontecimento da pandemia, analisando a situação dos hostels em Mato Grosso, tendo assim recomeçado.

Porém, no auge da pandemia recebi a notícia do médico de que meu parceiro estava com câncer, então, começou mais um tempo difícil e triste. Tive que deixar de lado as atividades do doutorado e, praticamente, me mudar para o hospital de câncer de Mato Grosso. Não podia receber ajuda, dividir as tarefas, por causa das restrições impostas pela pandemia, minha família e amigos ajudavam através de ligações e mensagens. Tive que desistir de uma

disciplina que havia começado, parar as publicações e reduzir o tempo de estudo. Esta luta durou mais de um ano até a sua passagem.

Depois, eu não tinha forças para retomar a pesquisa, mas tive que encontrar, eu só pensava em todas as pessoas que confiaram em mim, principalmente, no Prof. Dielcio, porque por meio dele que havia começado no programa, depois no Prof. Pedro o orientador que me aceitou de braços abertos e, ainda, em cada professor do curso, nos funcionários da coordenação etc. em todos que acreditavam em mim. Conversei com meu orientador, e a todo momento ele me apoiou, em nenhum momento me pressionou, julgou, apenas disse para eu fazer o que era necessário naquele momento.

E assim, esta pesquisa foi concluída, foi muito difícil também ver os hostels fechados, a tristeza dos proprietários e perceber que muitos estavam perdidos no caminho, assim como eu estive. No entanto, a maior lição que ficou com tudo isso é de “Que tudo passa, tudo passa!” e que depende de nossas ações, pensamentos e fé a velocidade e o aprendizado dessa passagem.

Assim, ao final e em conclusão deste trabalho Deus me presenteou com uma pessoa maravilhosa, que reacendeu a luz em minha vida, me ensinando que “Tudo tem o seu tempo determinado, e há tempo para todo o propósito debaixo do céu”, meu noivo Márcio Rocha. Gratidão!

Agradeço aos meus pais, que sempre me incentivaram para esta vida acadêmica, de aprender e ensinar. Agradeço a minha banca examinadora, que colaborou enriquecendo esta tese, a todos que fazem parte do Programa do ECCO, professores, amigos e funcionários. Meu orientador sempre paciente e atencioso, Pedro Pinto de Oliveira. Todos os dias devemos acordar e agradecer o dom da vida, sei que para muitos isso não passa de palavras consideradas “clichês”, mas para mim é a verdade e é a primeira coisa que faço ao acordar. Parafraseando um homem muito sábio, um presente de Deus em minha vida, Mestre Rubens J. Costa “(...) Vim aprender a amar, e saber perdoar vim para evoluir (...) peço Fé, Luz, Paz e a força, te peço firmeza para atravessar, seguindo com muita alegria o Amor Verdadeiro eu vou alcançar”. Que assim seja!

INTRODUÇÃO

Nesta tese se aborda um ambiente de hospedagem que propõe, em seu formato para hospedagem uma condição diferenciada de vivenciar o turismo, que traz possibilidades de envolvimento entre a hospedagem, enriquecimento pessoal e cultural. Proporcionando experiências por meio do contato entre as culturas, os lugares e as pessoas.

Nessa perspectiva são observadas as viagens, através do olhar dessa hospedagem, não somente de um deslocamento, como uma fuga do cotidiano, mas sim o descortinar de um mundo novo de experiências e sensações que podem ser vividas em um ambiente desconhecido.

E o conceito que acabou integrando com este trabalho foi o de lugar, sendo essa palavra uma miscelânea de significados que são concretizados a partir da experiência com o próximo, transformando o lugar em uma potência de trocas. Esse é, sobretudo, uma obra da experiência humana o significa muito mais que o sentido geográfico de localização, não se refere a objetos e atributos das localizações, mas aos tipos de experiência e envolvimento com o mundo, a necessidade de raízes e segurança (RELPH, 1979). Pode ser definido, também, como um centro de significados construídos pela experiência (TUAN, 1983) e que acabou entrecruzando com o segmento de hospedagem desta tese.

Este formato de hospedagem se designa de hostels, sendo um tipo de hospedagem que teve seu início em 1909, na Alemanha, quando o professor Richard Schirmann promoveu atividades pedagógicas para seus alunos e organizou grupos de jovens para realizarem pequenas viagens de estudo. Após essas viagens, o professor descobriu a possibilidade de criar uma alternativa de hospedagem para seus alunos, que não fosse apenas o pernoite em hospedarias (HOSTEL, 2010). Logo após sua criação, a ideia de um local que pudesse abrigar jovens viajantes, promover o entendimento entre culturas, a conservação do patrimônio histórico e do meio ambiente, decolou rapidamente se espalhando pela Alemanha (HEATH, 1962).

Assim, observou-se a necessidade de criar uma associação que pudesse supervisionar estes estabelecimentos, proporcionando qualidade aos hóspedes e fidelidade aos conceitos e filosofias propostos inicialmente, o “Comitê Central dos Albergues da Alemanha”, que com o passar dos anos daria origem à Federação Internacional dos Albergues da Juventude

(COBURN, 1950; HEATH, 1962), atualmente, nomeada de *Hostelling International* (HI), que são hostels também.

No entanto, existem albergues da juventude, sem serem esses filiados à associação, que não aderem as regras, mas que possuem a mesma filosofia¹ alberguistas. Surgem, assim, os albergues da juventude independentes, intitulados como hostels. Esses compreendem qualquer meio de hospedagem que se encaixa na filosofia alberguista, estabelecida por Schirrmann, mas não são associados à *Hostelling International* (HI) e limitados às suas regras.

Ao final da década de 1920, o alberguismo se espalhou por toda a Europa, e na década de 1950 chegou à América do Sul: Argentina, em 1956, e Uruguai, em 1958. Os Hostels chegaram ao Brasil em 1961, por meio do casal de educadores cariocas, Joaquim e Ione Trotta, que trouxeram a ideia para o país após uma visita em um albergue francês, em 1956.

O primeiro Hostel brasileiro recebeu o nome de "Residência Ramos" e foi construído no bairro de Ramos, no Rio de Janeiro (ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE ALBERGUES DA JUVENTUDE, 2010). Uma das principais características dessa hospedagem é o valor associado à educação de jovens de todas as nações, especialmente os de recursos limitados, estimulando neles um maior conhecimento, afeto e cuidado com a natureza, assim como um conhecimento dos valores culturais das cidades, tanto grandes como pequenas, de todas as partes do Mundo, fornecer albergues ou outras acomodações nas quais não haja distinções de raça, de nacionalidade, de cor, de religião, de sexo, de classe ou de opiniões políticas e, assim, desenvolver uma melhor compreensão de seus semelhantes, tanto em casa quanto no exterior (HOSTELLING, 2022).

De acordo com Maria José Giaretta (2003), os Albergues da Juventude oferecem um Turismo Associativo, podendo ser social e/ou da juventude, que são imbuídas de um fundo filosófico forte, visto que promovem algum tipo de lazer e turismo em prol da sociedade. Também os albergues podem ser considerados como Turismo Social², englobando hospedagem alternativa, não convencional, que complete a oferta de leitos nos destinos turísticos, por possuírem a característica de ser hospedagem mais econômica que a

¹ Nossa filosofia é que jovens de todo o mundo conheçam, através do Hostelling International, países, cidades, culturas e costumes diferentes e aprendam a respeitar as peculiaridades de cada povo e a conviver em sociedade, contribuindo para formação do jovem. Os hostels prezam pelo espírito de amizade, o sentimento de solidariedade e o desejo de viajar. Ser alberguista é, sobretudo, amar a liberdade, dignificar a convivência humana e o respeito. O sucesso do alberguismo repousa na Missão e na filosofia que estão enraizadas no movimento (BONITO HOSTEL, 2015).

² “O turismo social compreende quaisquer atividades que contribuam, de forma justa e sustentável, para um maior acesso a férias e atividades turísticas para todos” (OITS, 2018, s. p.).

hospedagem convencional, proporcionando ampla variação quanto a sua prestação de serviços.

Dessa forma, os albergues consistem em uma modalidade de hospedagem peculiar no interior do Turismo Social, integrado ao movimento alberguistas nacional e internacional, que objetiva proporcionar acomodações comunitárias, de curta duração e baixo custo, com garantia de padrões mínimos de higiene, de conforto e de segurança (EMBRATUR, 1987). Assim aborda-se, nesta tese, um Turismo Social, voltado em sua maioria para o público jovem, embora outras faixas etárias se hospedem em hostels.

Os hostels se encontram dentro do campo da hospitalidade e, conseqüentemente, dos meios de hospedagem, mas não dentro da hotelaria, pois são meios de hospedagem únicos, com filosofia, missão, características físicas e serviços diferenciados (COBURN, 1950; GIARETTA, 2003; HEATH, 1962; TROTTA, 1978). O Ministério do Turismo excluiu os hostels de sua nova matriz de classificação³ de meios de hospedagem, por serem considerados meios de hospedagem coletiva e não individual. Não há nenhuma menção a esses na Cartilha de Orientação Básica do Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), e não há classificação.

Poucos estudos são realizados sobre esse meio de hospedagem, que carece de um maior número de pesquisas e abordagens conceituais, a fim de que se possa iniciar uma classificação capaz de beneficiar tanto os empreendedores quanto os hóspedes que procuram pelos mesmos, e nesse momento as pesquisas relacionadas ao tema são de grande importância. Com a Covid-19, algumas mudanças estão acontecendo e, talvez, afete até a sua filosofia de hospedagem, cabendo novas pesquisas sobre o tema.

Além disso, há no Brasil uma clara deturpação etimológica do meio de hospedagem chamado de albergue. Ainda, sua tradução literal em português (albergue: local de refúgio para desabrigados e desprovidos de condições financeiras), conferindo um caráter, muitas vezes, completamente equivocado quanto ao conceito (CICCIO, TEIXEIRA e SALLES, 2011). De tal modo, trata-se de uma experiência do fazer/viver o turismo dentro de um meio de hospedagem que foi impactado pela pandemia. Lugar que reúne várias culturas, idiomas, estilos de vida modo de pensar e fazer turismo, e possui como o maior atrativo o contato com o próximo.

³ De acordo com o Ministério do Turismo (2010), as sete tipologias de meios de hospedagem previstas pelo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) são: hotel; hotel fazenda; cama e café; resort; hotel histórico; pousada e flat/apart hotel. Para cada uma destas foram estabelecidos um número mínimo e máximo de estrelas possíveis, de acordo com os requisitos atendidos pelo meio de hospedagem, em uma escala que pode ir de uma até cinco estrelas (MARTINS & FLORES, 2017).

Nesse contexto, perante os poucos estudos e a atualização da pesquisa, diante da realidade mundial, se propõe através desta tese, superar essa lacuna que poderá contribuir para construção de uma nova visão, inovações, nova realidade sobre situação atual desse segmento de hospedagem no estado de Mato Grosso. Respostas e esclarecimentos sobre as indagações que o cercam e a visibilidade sobre o tema, sob o olhar dos hosteleiros (proprietário de hostels). Destacando que se trata da maior tipologia de hospedagem internacional de baixo custo, estando classificada por esse fator dentro do Turismo Social, e que, antes, possuía maior crescimento na economia do turismo. Dentro desse contexto, esse meio de hospedagem também contribui, consideravelmente, para o desenvolvimento cultural e sustentável do turismo.

Diante de tal abordagem se pode pensar que os lugares podem proporcionar esses encontros e, neste trabalho, se menciona o lugar, sobretudo, como uma obra da experiência humana, significando muito mais que o sentido geográfico de localização. Não se refere aos objetos e atributos das localizações, mas aos tipos de experiência e envolvimento com o Mundo, a necessidade de raízes e segurança (RELPH, 1979). E as viagens, quando as pessoas estão abertas a esses encontros, a esses lugares, podem vir a se tornarem uma densa e rica experiência, que é capaz de transformar em vida:

A viagem é algo sem retorno que nos leva ao autoconhecimento e à consciência de nosso eu, de nossa história, de nossas possibilidades e limitações, de nossas vitórias e derrotas, sonhos e desilusões. Para isso, é preciso coragem, escolha e trabalho de percorrer o mundo com olhos inquiridores e críticos, sempre em busca da contemplação e da admiração diante do mundo. Assim talvez, um dia, após termos percorrido a passagem do meio e estarmos nos preparando para a passagem final, a serenidade e a paz possam fazer ninho em nosso interior. Pode ser que alguém tenha entendido isso como sabedoria, nirvana ou realização (TRIGO, 2010 p.38).

Como já exposto no preâmbulo, esta pesquisadora sempre foi apaixonada pelos contatos humanos e culturais e, depois, de tentar uma faculdade de arquitetura e ver que não era este o seu interesse fez o curso de Turismo, e “lá foi onde me encontrei”. Tendo começado a viajar aos 17 anos e sempre buscava hospedagem nos hostels, por dois motivos, preço e porque viajava sozinha e, nessa hospedagem conhecia pessoas.

Dentro da universidade foi possível observar essa possibilidade de unir conhecimentos de campo com a academia, então, em 2007, na faculdade de Turismo houve o interesse de estudo sobre o Hostels e a rede Internacional dos Albergues da Juventude, interesse que se estendeu ao Mestrado. No entanto, ainda se verificava o quanto este tipo de hospedagem

causava preconceito e falta de informações, seguindo em pesquisa se encontrou no Doutorado do ECCO essa possibilidade e este sonho de seguir pesquisando mais sobre o tema.

Durante o curso desta pesquisa, no ano de 2020, o Mundo e todas as sociedades foram surpreendidos pela Covid-19, afetando as vidas pessoal, profissional, familiar, se tornando um momento de extrema tristeza, pessoas morriam todos os dias, o Mundo estava em choque. Houve a necessidade de que as pessoas se mantivessem isoladas, sem contato com pessoas. Atividades como compras de supermercado, de comida, de remédios etc. tudo passou a ser feito através de aplicativos, pelo uso de ligações telefônicas.

Este momento propiciou um sentimento de solidão, pois as pessoas se sentiam sozinhas, mas tentavam não se sentirem solitários, a melhor amiga passou a ser a internet, através dessa se podia realizar videochamadas para amigos e família, ver pessoas, mesmo que fosse através de uma tela e até festas foram inventadas. Este foi um momento de adaptação e de inércia, porque eram vistas tantas mortes e não se podia fazer nada. E, ainda, infelizmente, o Brasil ainda teve que conviver com o deboche, descaso e falta de humanidade do presidente Jair Messias Bolsonaro, e sua equipe que passaram desinformação para a população e a falta de apoio as vacinas.

Assim, o ano de 2020 foi marcado pela pausa nos deslocamentos, toda a cadeia que compõe a atividade turística também sofreu impacto, como bares, restaurantes, hospedagens, atrativos etc. Muitos fecharam as portas, outros conseguiram continuar trabalhando com apenas uma porcentagem permitida, os que continuaram tiveram que se reinventar. Discute-se, atualmente, que várias mudanças geradas desse reinvento permaneceram após a pandemia, outras cairão no esquecimento, mas o fato é que o turismo não será olhado com as mesmas lentes.

Para Louis Quèrè (2005), a vida individual e coletiva das pessoas é permeada por um conjunto significativo de acontecimentos. Estes podem ser planejados ou inesperados; alguns são mais marcantes do que outros na trajetória em que se inserem. O turismo, antes, era uma atividade planejada, com seus conceitos, regras, ideias já formadas há muito tempo, agora esse sofreu essa afetação que está envolvendo cada lugar do planeta Terra em decorrência da pandemia da Covid-19, que foi inesperada e afetou e, ainda afeta, toda a comunidade global.

No Brasil foram decretadas medidas restritivas no dia 20 de março de 2020, por meio do Decreto Legislativo nº 6 (Câmara dos Deputados, 2020), os primeiros casos de Coronavírus foram diagnosticados em São Paulo, em turistas que haviam chegado de viagens internacionais, iniciando, assim, decretos para o fechamento do comércio de serviços não

essenciais e o isolamento social da população, resultando em um grande impacto para o turismo, na vida em sociedade e na economia mundial, em função desse acontecimento.

No final do mês de abril de 2020, 100% dos destinos turísticos do Mundo apresentavam restrições de viagem (UNWTO, 2020). Diante dessa situação, deve-se pensar em um turismo mais democrático, com melhores remunerações para as pessoas que vivem desse. Pensar em um planejamento e em uma organização que consiga superar situações de extrema dificuldade.

Para esta tese se traz o cenário dos hostels no estado de Mato Grosso, tendo sido selecionados para a pesquisa todos os hostels do estado de Mato Grosso que totalizavam 8 (oito) (maio 2021) sendo que, somente um compõe a rede *Hostelling International* (HI) e os outros são hostels independentes. O intuito estava em verificar a rede hoteleira do estado, em vista de que nenhuma pesquisa havia sido realizada até o momento com este mapeamento. Ao final da coleta de dados (outubro/2021) um hostel que se localizava, na cidade de Barra do Garças, (511km de Cuiabá) havia fechado, outro (localizado em Cuiabá) havia se transformado em pousada. Restando no estado 6 (seis) hostels, sendo 2 (dois) localizados no município de Chapada dos Guimarães, 3 (três) em Cuiabá e um em Vila Bela da Santíssima Trindade (520km de Cuiabá).

Pensando no tocante da análise desta tese, que traz o impacto da pandemia nos hostels e na vida dos hoteleiros, corrobora-se com Louis Quèrè (2000), que menciona sobre as afetações: essa afeta os sujeitos e, ao mesmo tempo, é afetado por eles, a permanência temporal desta afetação é proporcional à permanência do acontecimento, podendo extrapolar os perímetros estritos da ocorrência espaço-temporal, não coincidindo com a sua ocorrência empírica (QUÈRÈ, 2000).

A pandemia já vem afetando o Mundo desde 2019, ocasionando mudanças culturais e sociais. Vivencia-se um momento muito incerto, algumas dúvidas, não se sabe ao certo o que irá ser no período após a pandemia, tendo em vista que essa ainda não acabou, pois é “dotado de certa autonomia, o acontecimento cria as condições para sua compreensão e contém um caráter revelador ao alterar tanto as possibilidades de leitura do passado (daquilo que o causou) como do futuro (à medida que ele inaugura campos de possíveis concebíveis)” (MENDONÇA, 2007, p. 119-120). Assim, se faz necessária uma mudança que envolva níveis mais densos sobre a própria existência relacionadas ao contato com o próximo e com os lugares.

Portanto, a presente pesquisa aciona a interdisciplinaridade, estabelece algumas definições sobre o lugar pautado na geografia humana, como um lugar⁴ que possui significados construídos pela experiência e pelas trocas culturais, nas teorias da comunicação que envolvem o Enquadramento⁵ e o Acontecimento⁶, focando no Acontecimento que faz falar, que tem narrativas próprias, e que ainda não são conhecidas e o Enquadramento relacionado ao impacto na vida pessoal e profissional dos hosteleiros e autores que abordam o Turismo⁷, estudo que abrange diversas áreas do conhecimento.

O objetivo geral desta tese é a compreensão de como a pandemia de Covid-19 afetou o cotidiano dos hostels em Mato Grosso no contexto cultural contemporâneo. Sob a ótica do acontecimento observado apenas como uma força que desloca os sentidos e do Enquadramento apreendendo questões relacionadas aos quadros de sentidos, que conformam a os relatos dos hosteleiros.

Entre os **objetivos específicos** estão: verificar que alguns hostels sobreviveram à pandemia e outros não; averiguar quais narrativas conformam a experiência dos proprietários desses lugares do fazer turismo em seus relatos sobre a atividade e sobre o impacto pessoal; considerar os impactos nos hostels em duas cidades distintas, Cuiabá e Chapada dos Guimarães.

Este estudo expressa no capítulo **1 Mato Grosso, Turismo e Hostel**, com o objetivo de mostrar para o leitor um pouco sobre a história do estado – **1.1 Onde estamos e como chegamos** - sobre as duas cidades, nas quais estão localizados os hostels desta pesquisa, Cuiabá e Chapada dos Guimarães - **1.2 Duas cidades** – são verificados alguns dados sobre o turismo no estado e como foram as ações durante a pandemia - **1.3 Como vai turismo?** E, para fechar, sobre os hostels, abordando o conceito de lugar como uma obra da experiência humana - **1.4 O lugar da hospedagem**.

⁴ Trabalha-se com o conceito de Yi-fu Tuan (1983).

⁵ “Parto do princípio de que as definições de uma situação são construídas de acordo com princípios de organização que governam eventos – pelo menos os sociais – e o nosso envolvimento subjetivo neles; enquadramento é a palavra que eu uso para referir-se a um destes elementos básicos, tais como sou capaz de identificar. Esta é minha definição de enquadramento. Minha expressão análise do enquadramento é um slogan para referir-me, nesses termos, ao exame da organização da experiência.” (GOFFMAN, 2006, p. 11).

⁶ Para Louis Queré (QUERÉ, 2011, p.23): “o acontecimento é um tipo de entidade, não havendo qualquer problema em considerá-lo como um indivíduo observável (ainda que ele não tenha substância). Com efeito, um acontecimento é uma unidade temporal relativamente bem delimitada (pelo menos quando é considerado de um certo ponto de vista), não sendo difícil separá-lo de outras unidades similares. Pode por conseguinte, em certo sentido, assistir-se à sua ocorrência. Além disso, pelo facto de ser singular, não reproduzível tal qual, um acontecimento apresenta traços que propriamente o identificam e lhe conferem a sua individualidade. Por fim, um acontecimento representa normalmente uma totalidade significativa, dotada de uma coerência interna: não é uma sucessão caótica de elementos heterogêneos. Não se pode, portanto, dividi-lo sem quebrar a sua individualidade”. Nessa tese abordamos esse conceito no contexto do que faz falar, com o testemunho dos donos de hostels afetados pela pandemia enfrentamento à Covid-19.

⁷John Urry.

No **capítulo 2** é trabalhada a **fundamentação teórica**, que serviu de base conceitual para analisar e interpretar as respostas obtidas pelo questionário, buscando nos autores, cujas ideias mantêm interface com o tema estudado, enriquecendo, assim, as discussões realizadas mais à frente. Os temas foram divididos sobre: **a Covid-19; enquadramento; o Tom e a Ancoragem.**

O **capítulo 3** abarca os relatos sobre o **Acontecimento Pandemia**, que foi um momento triste, de luto em todos os cantos do Planeta Terra. E, no Brasil, um tempo de descaso político e humanitário em função de falta de humanidade, em que o presidente Jair Messias Bolsonaro tratou com deboche as mortes e negação da ciência e da própria pandemia. No **capítulo 4** são mencionados os Procedimentos **metodológicos** que abrangeram quatro etapas: 1^a) a **Pesquisa teórica e levantamento bibliográfico**; 2^a) os **Hostels selecionados**; 3^a) o envio dos questionários para a **Coleta de dados** e 4^a) a **Análise dos Achados**. A coleta de dados foi realizada no período entre maio a outubro de 2021, abrangendo períodos de movimento turístico: férias e feriados.

No **capítulo 5** são expostos os **Quadros de sentidos**, nos quais estão presentes os relatos dos hosteleiros, o impacto pessoal e profissional que a pandemia teve sob suas vidas, sendo esses divididos em 5 (cinco) quadros: **Economia; Incertezas; Emoções; Estratégia de ação e Comunicação com o turista.**

1 MATO GROSSO, TURISMO E HOSTEL

O estado do Mato Grosso é uma miscelânea de cultura, gastronomia, povos, economia, biomas, cores, história entre tantas outras características que fazem ser uma miscelânea de conflitos e conciliações. Aqui eu nasci e cresci, sai e voltei, e quero que cada vez mais pessoas de diferentes lugares também o conheçam. “Onde se está e como se chega” foi uma ideia para situar um pouco o passado e a atualidade, e por não ser o foco desta tese, apenas serão mencionados alguns fatos.

Inicia-se o primeiro capítulo desta tese expondo sobre o contexto geográfico e turístico, que engloba este trabalho, na tentativa de que o leitor, seja de onde for, conheça um pouco sobre a região e a atividade turística praticada. Para os que ainda não conhecem, que possam visualizar/compreender a dimensão da pesquisa ou em um pensamento de uma turismóloga, que possa despertar a curiosidade de conhecer essas terras. Para os que já conhecem, que seja uma forma de entender alguns aspectos ou de despertar o lado crítico.

1.1 ONDE ESTAMOS E COMO CHEGAMOS?

O ser humano sempre viajou, viajava em busca de novas terras, em busca da sobrevivência, para conquistar outros povos, para a saúde, visitar a família etc. Talvez, nunca se saberá ao certo quem foram os primeiros viajantes na história, relatam⁸ que os primeiros povos a viajarem foram os fenícios, outros situam o começo do turismo no século VIII a.C., na Grécia Antiga, com a finalidade de assistir as olimpíadas e peregrinações religiosas, durante o Império Romano, os romanos frequentavam águas termais, durante a Idade Média também as peregrinações religiosas, nos séculos XVIII e XIX surge o costume de mandar os jovens para fazerem um *Grand Tour*, com o objetivo de adquirir conhecimento de outras terras e, desta atividade nascem as palavras: turismo e turista.

Durante os séculos XV e XVI, as grandes navegações, que levam a Europa, sobretudo Portugal e Espanha, à “expansão ultramarina”, resultaram nos registros de nomes de viajantes que marcaram a história dos deslocamentos humanos como Cristóvão Colombo, que tinha como motivação para viajar a exploração do ouro, e produtos para serem comercializados,

⁸ Barreto (1999).

levar a palavra de Deus, transformar a Espanha em um grande império, conquistando as terras, nas quais as casas eram construídas com ouro e pedras preciosas e de onde vinham as especiarias mais caras comercializadas na Europa (MADARIAGA, 1991). Pedro Álvares Cabral também entrou para a história do Ocidente por ter chegado às terras hoje chamadas Brasil.

A viagem de La Condamine à América inaugura um novo período da história das descobertas no Continente, no século XVIII, desenvolve-se um interesse científico pelo Novo Mundo e por outras partes ainda desconhecidas por completo, como as áreas do Oceano Pacífico, moldando assim a figura do viajante naturalista. Um dos principais viajantes do Brasil foi Alexandre Rodrigues Ferreira, que realizou uma série de viagens chamadas “viagens filosóficas”, descortinadoras de grande parte da Amazônia, também escreveu diários das viagens que realizou pelo “Estado do Grão-Pará, Rio Negro, Mato Grosso e Cuiabá”. Viajou a pedido dos governos das Províncias, inventariou indígenas, mamíferos, aves, aspectos geográficos durante quase 10 (dez) anos, percorrendo, aproximadamente, 39.372 km (MINGUET, 1992, p. 8).

No século XIX, com o início do capitalismo industrial, em alguns países da Europa, acompanhado da “A construção de grandes troncos ferroviários naturalmente ganhou a maior parte da publicidade. Era, realmente, o maior conjunto de obras públicas existente e um dos mais sensacionais feitos da engenharia conhecido até então na história” (HOBSBAWN, 1982, p. 74).

Harvey (1993, p. 240) destaca, ainda, a abertura do Canal de Suez, a fotografia e, mais tarde, o automóvel como acontecimentos marcantes na “diminuição do mundo”, com os espaços vazios dos mapas sendo preenchidos cada vez mais e com a possibilidade de informações serem transmitidas com mais rapidez. Outro fato está ligado à configuração das relações de trabalho no modo de produção capitalista, surgindo assim o sistema assalariado, resultando na mudança da questão do tempo de trabalho e tempo livre. Esse tempo livre se transformou, ainda mais, com o descanso semanal e as férias pagas, assim, o turismo de massa é incentivado, já que o trabalhador tem a possibilidade de viajar nas férias (CORBIN, 2001, p. 14-15). Dessa forma, o turismo foi se expandindo.

Foram buscados alguns estudos que englobam fatos históricos que ocorreram no turismo sobre os primeiros viajantes no estado de Mato Grosso, e se fará nesta rápida exposição uma tentativa de reuni-los. De acordo com a historiadora Edil Pedroso da Silva (2004, p. 01):

A ocupação das terras hoje denominadas genericamente de Mato Grosso ocorreu através dos rios. Foi a via fluvial oferecida pela bacia hidrográfica do Alto Rio Paraguai que permitiu que os bandeirantes paulistas, no início do século XVIII, adentrassem ao então território Bororó.

Silva (2004) também acrescenta que foram os caminhos aquáticos que serviram como rota para as expedições comerciais conhecidas como “monções”. O caminho por terra foi aberto, em 1737, pelo estado de Goiás, e se estabeleceu em 1748 a rota fluvial entre a então capital da Capitania de Mato Grosso, Vila Bela, e o porto de Belém do Pará, os rios alto-paraguaios continuaram sendo a via natural de comunicação e comércio entre Mato Grosso e São Paulo, entre outros lugares.

Após a assinatura do Tratado de Amizade, Navegação e Comércio, estabelecido com a República do Paraguai e o Império do Brasil é que o Rio Paraguai passou a ser utilizado como via de navegação. Em 1870, essa forma de acesso foi reaberta, o que permitiu a comunicação entre Mato Grosso e o Atlântico, pelo meio da bacia do Prata, sendo a região colocada em contato com o litoral brasileiro e com o exterior.

Dessa forma, os longos e demorados trajetos feitos através da rota das monções foram substituídos, finalmente, por uma nova via fluvial, muito mais rápida, através das bacias Paraguai e Prata, que compreendiam também os territórios da Argentina, Paraguai e Uruguai, possibilitando que passageiros e produtos tornassem a sair ou chegar a Mato Grosso em centenas de embarcações que passaram a fazer parte da paisagem dos rios pantaneiros. Foram os rios transformados em caminhos que proporcionavam o ir e vir a todos aqueles que, em busca de riquezas ou mesmo de construir um lar, durante muitos anos usaram essa via de comunicação entre esta Província e a capital do Império (SILVA, 2004).

O oficial de Marinha belga Ferdinand Nijs registrou, por volta de 1900, que “um dos eventos sensacionais que se produz em Cuiabá é a chegada e a partida dos barcos, colocando a cidade em contato com o resto do mundo. Daí a maioria da população vir se postar às margens para assistir à sua chegada, exibindo suas mais belas toaletes” (NIJS, 1901, p. 28) “Como a viagem era longa, alguns distraíam-se jogando cartas – o passatempo mais frequente –, outros admiravam a beleza natural da região e outros aproveitavam os dias para namorar, alguns liam um livro, enquanto outros mantinham animadas conversas” e, assim, por mais de meio século as viagens fluviais permaneceram nos rios pantaneiros, transportando pessoas e objetos (SILVA, 2004, p. 31).

A descrição sobre a beleza do pantanal, sua fauna e flora, fazia parte dos relatos que esses viajantes registravam, festas também eram relatadas a bordo e o convívio com pessoas de todas as classes sociais que se misturavam dentro das embarcações fluviais.

Assim, a ocorrência das viagens à Capitania de Mato Grosso pode ser dividida em dois ciclos: o primeiro ciclo, o dos cronistas que iniciou na fundação de Cuiabá até o final do século XVIII, e o segundo ciclo, das investigações científicas que datam do final do século XVIII até século XIX – com objetivos políticos e científicos (PÓVOAS, 1982, p.19).

O processo de migração e colonização de Mato Grosso ocorreu na metade do século XX, trouxe pessoas de diferentes regiões, principalmente, vindas do Nordeste, Sul e Sudeste, inicialmente, sendo influenciados pelo sonho do ouro, de pedras preciosas e de terras fartas e, posteriormente, pela oportunidade de ter terras para cultivo agrícola e pastoril, como compreende Ribeiro (2015), afirmando que Mato Grosso é um estado que atrai muitos migrantes e imigrantes estrangeiros motivados por maiores oportunidades de emprego e renda e a esperança de uma melhoria na qualidade de vida.

O estado de Mato Grosso está localizado na região Centro-Oeste do Brasil, fazendo fronteira com a Bolívia, com os estados de Goiás, Rondônia, Mato Grosso do Sul, Amazonas, Tocantins e Pará, tendo o município de Cuiabá como capital do estado, sendo esta o Centro Geodésico da América do Sul, como mostra a figura abaixo:

Figura 1 - Mapa do estado de Mato Grosso



Fonte: Open Edition (2012).

Mato Grosso é o terceiro estado em área da federação brasileira, totalizando 906.807 km², por ser um estado fronteiro internacional e que faz parte da Amazônia brasileira, tem sido considerado um espaço estratégico nos planos de desenvolvimento nacional e de integração sul-americana (MORENO, HIGA, 2005). E como resultado desse território estratégico, o estado passou e ainda passa por uma intensa exploração dos recursos naturais. Essas consequências são convidadas, na atualidade, através do impacto negativo ao meio ambiente e os grupos étnicos que já foram extintos ou estão à beira de sua extinção.

Esta narrativa sobre a colonização na região Centro-Oeste incorpora o olhar crítico para as vítimas deste processo intenso e sangrento que ocorreu através das bandeiras ou monções, expedições armadas que saíram da capitania de São Paulo com a finalidade de capturar populações indígenas e comercializá-los como escravos, mas também buscar metais e pedras valiosas.

A bandeira do sorocabano Pascoal Moreira Cabral tinha como finalidade o apresamento de populações indígenas, e com o descobrimento casual do ouro no Rio Coxipó, ele se estabeleceu na região, constituindo o Arraial da Forquilha, a 8 de abril de 1719. Em 1835, Cuiabá passou a ser a nova capital do estado e, então, a cidade passou a se desenvolver com as construções de ruas, iluminação pública elétrica, que antes era feita por lampiões, e os casarões passaram a ser construídos (CONTE; FREIRE, 2005).

Para Tuan (1979), os lugares possuem mais substância que a palavra localização, sendo esses lugares uma entidade exclusiva, que possui história e significado, encarnando as experiências e aspirações do ser humano, mas são as pessoas que dão significados. E esses significados podem ser representados através de registros históricos.

O estado começou a ser mais amplamente explorado a partir da segunda metade do século XX e a partir da década de 1970, esse passou a receber estímulos para a ocupação de seu território, sendo esses provenientes de diversos programas federais e estaduais que, rapidamente, o transformaram em um dos maiores produtores agropecuários do país. Este processo provocou a interiorização da economia, crescimento populacional, intensa urbanização, que ao lado de outros fatores, incluindo o político, foram decisivos para suas divisões territoriais e a formação de seus municípios.

Os primeiros reflexos da modernização puderam ser verificados na rede de transportes, transformações urbanas, indústrias, entre outras, que surgiram na segunda metade do século XIX, representados por alguns empreendimentos, construções, no sistema educacional, mas que ainda não marcavam, significativamente, de acordo com os padrões do que representava a modernidade para a sociedade, o meio urbano e rural.

Na década de 1910, Mato Grosso foi integrado aos sistemas de comunicação pela rede telegráfica, em 1920 foi construído o primeiro campo de pouso para aviões, anos depois foi feito o segundo, o que possibilitou a chegada de companhias aéreas como a Panair do Brasil, Cruzeiro do Sul e Real Aerovias, contando também com o serviço do Correio Aéreo Nacional. E, em 1956, a inauguração do aeroporto Marechal Candido Rondon, na cidade vizinha, de Várzea Grande, consolidou voos regulares, concretizando um novo marco na modernização do Estado (MORENO, HIGA, 2005).

A partir da década de 1950, com a ânsia de alcançar a modernidade, a paisagem urbana de Cuiabá, infelizmente, passou por um processo de destruição de seu patrimônio histórico, com a demolição de sua arquitetura colonial e de suas primeiras construções com outros estilos arquitetônicos, dando lugar a edifícios de padrão arquitetônico moderno. Processo que ocorreu também nas praças, ruas, pontes e a demolição da antiga catedral que foi destruída para dar lugar a uma nova construção (MORENO, HIGA, 2005). E a herança do que sobrou deste patrimônio histórico, atualmente, se transformou em atrativos turísticos, alguns casarios foram tombados⁹ pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), igrejas, monumentos constituindo os principais atrativos turísticos da cidade.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023), a fundação oficial do núcleo que originou o atual município de Chapada dos Guimarães ocorreu no ano de 1751, o primeiro colonizador a se instalar, em Chapada dos Guimarães, foi o paulista Antônio de Almeida Lara que, por volta de 1722, abriu uma fazenda, depois engenho do Buriti.

Lara chegou a Cuiabá, em 1720, em uma das levas de bandeirantes pioneiros, para explorar ouro. A primeira denominação foi Sant'Ana da Chapada, nome da célebre missão dos jesuítas comandada pelo padre Estevão de Castro. Mais tarde, o nome foi alterado para Chapada de Cuiabá. Não demorou muito e o nome foi novamente modificado para Sant'Ana da Chapada de Guimarães. Nesta ocasião, governava a Capitania de Mato Grosso, o Capitão General Luíz Pinto de Souza Coutinho, Visconde de Balsemão, que acatando sugestão de portugueses naturais da cidade de Guimarães, acrescentou à denominação de Sant'Ana da Chapada o termo 'de Guimarães'.

De acordo com Marcelo de Paula ([s.d]), durante anos, a estrada que ligava Chapada a Cuiabá era denominada trilha do “Tope de Fita” que até hoje permanece marcada na mata, na

⁹ De acordo com o IPHAN (2023), Cuiabá possui: 11 Monumentos e Espaços Públicos Tombados; 8 obras em restauração, e duas já entregue do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) Cidades Históricas e 5 obras de requalificação já concluídas.

qual é feita, anualmente, uma cavalgada de integração, a trilha é toda calçada em pedra e tem 30 km de extensão. Foi por essa que os índios e escravos trouxeram material para a construção da igreja¹⁰, que é tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Igreja que hoje é um atrativo turístico e utilizado pela população local.

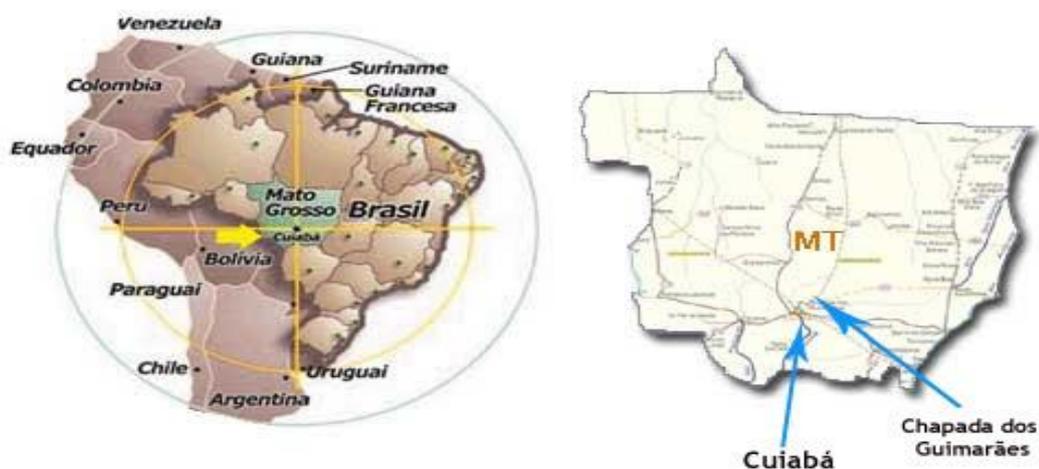
Ainda, em relação à colonização portuguesa na região, vale citar que, nesse período de história, a maioria das povoações fundadas recebia o nome de vilas ou cidades de Portugal. Foi, então, dessa forma que a Aldeia de Sant’Ana passou a se chamar de Guimarães em homenagem a famosa cidade do Norte de Portugal, considerada o berço da nacionalidade portuguesa (PAULA, [s.d.]). E, atualmente, são consideradas “cidades irmãs”.

Nesta tese se abordam duas cidades do estado, pelo fato dos hostels estarem localizados nessas, Cuiabá que é considerada uma cidade de Negócios e Eventos e porta de entrada para o Ecoturismo e Chapada dos Guimarães, uma cidade voltada para o Ecoturismo.

1.2 DUAS CIDADES

Mostra-se nesta etapa um pouco sobre as cidade, nas quais estão localizados os hostels, expondo sobre os seus atrativos turísticos, localização e características geográficas, um na capital do estado Cuiabá e outro no município de Chapada dos Guimarães, estando distante a 60 km. De acordo com as Figuras:

Figura 2 - Cuiabá e Chapada dos Guimarães América do Sul



Fonte: Voo Virtual, 2010.

¹⁰ Igreja Nossa Senhora de Santana.

Figura 3 - Localização Cuiabá e Chapada dos Guimarães



Fonte: Turismo Rural (2011).

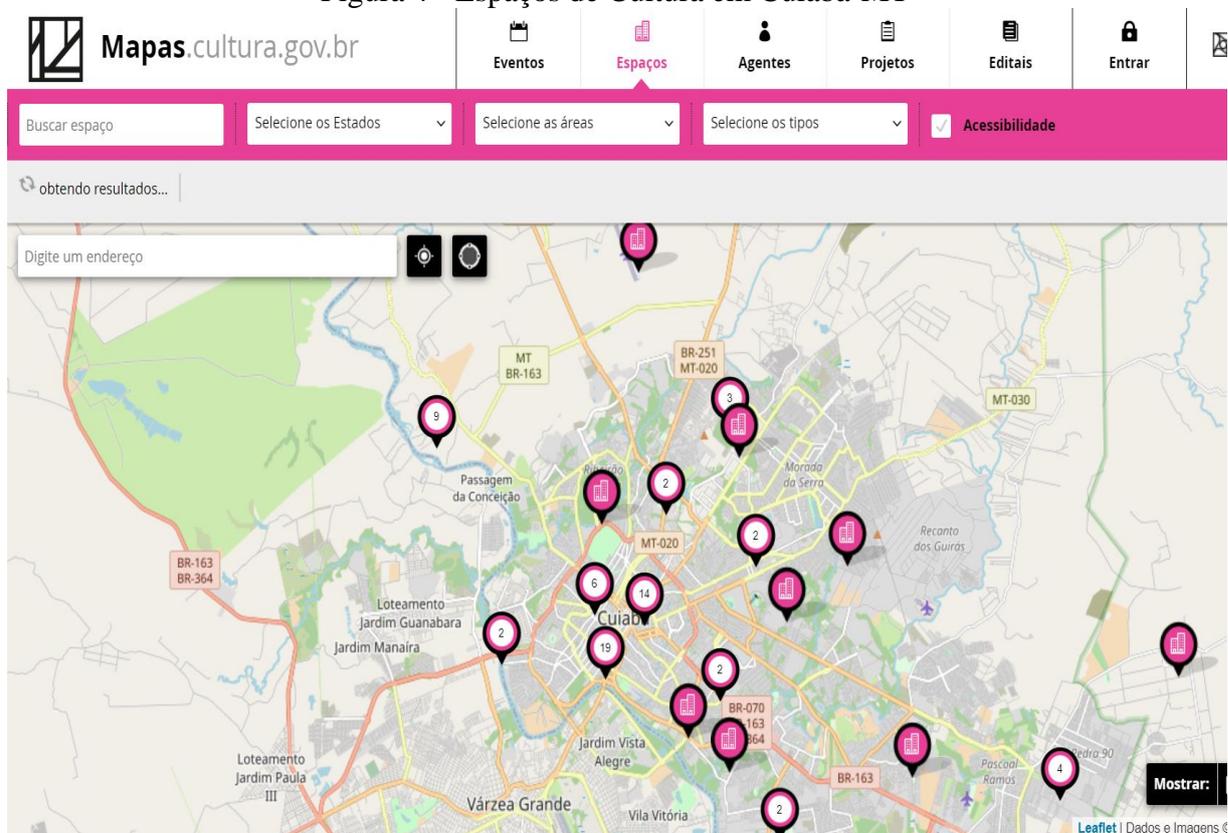
A cidade de Cuiabá é considerada a porta de entrada do Ecoturismo, pela proximidade com o aeroporto e com as estradas que ligam os principais atrativos desse segmento. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023), em 2021, a população estimada era de 623.614 pessoas, sendo considerada uma cidade de Negócios e Eventos e possuiu atrativos culturais e gastronômicos.

A partir da Copa do Mundo da Federação Internacional de Futebol (FIFA) de 2014, Cuiabá ganhou visibilidade no cenário nacional, por ter sido uma das subsedes desse megaevento esportivo, antes, durante e depois desse evento, Cuiabá passou a ser amplamente denominada como “Capital do Pantanal e do Agronegócio” (CUIABÁ, 2013; CUIABÁ, 2014). Embora também se tenham lugares que enfocam a cultura, a arte e a gastronomia.

De acordo com o site Mapas Cultura¹¹ (2023), que é um espaço destinado para integrar e dar visibilidade para projetos, artistas, espaços, eventos culturais e seus produtores, sendo a principal base de informações e de indicadores do Ministério da Cultura, a cidade de Cuiabá possui 72 (setenta e dois) espaços destinados à cultura, entre esses estão: museus, bibliotecas, parques, cinemas, teatros, sociedades espíritas, associações, institutos, artesanatos, entre outros. De acordo com a figura abaixo:

¹¹ <http://mapas.cultura.gov.br/>

Figura 4 - Espaços de Cultura em Cuiabá-MT



Fonte: Mapas Cultura (2023).

Entende-se que alguns desses espaços não sejam voltados para o turismo, mas é interessante trazer para o leitor o conhecimento acerca dos espaços culturais que a cidade possui. Entre os atrativos turísticos da cidade, que são visitados, estão: o SESC Arsenal, antigo Arsenal de Guerra, que foi utilizado durante a Guerra do Paraguai, sendo aberto ao público com entrada franca, oferecendo ao turista restaurante, exposições e venda do artesanato local, na Casa do Artesão.

Além das várias igrejas, que são abertas, diariamente, para a população, nove dessas integram o patrimônio arquitetônico de Cuiabá, como a Igreja do Bom Despacho, cuja edificação data de 1918, tendo ao lado um museu de Arte Sacra do Estado, além de outros templos detentores de antigas imagens de santos que vieram de outros países há séculos atrás.

Um dos pontos fortes de Cuiabá é a gastronomia, que é voltada para o preparo de pratos cuja base são peixes, carne seca, banana da terra, galinha, sendo, ainda, possível conhecer os pratos típicos da cidade em diversos restaurantes. Gimenes (2010) considera que o turista, ao experimentar uma iguaria ou visitar um restaurante, pode estabelecer contato com ingredientes, técnicas culinárias e tradições que desconhecia, provando sabores e

estabelecendo sociabilidades no local visitado e construindo, assim, uma experiência turística, conforme a interação com o lugar visitado, revelando história e cultura de um povo.

Nas margens do Rio Cuiabá, o turista pode encontrar várias peixarias, sendo muito tradicional a existente na comunidade São Gonçalo Beira Rio, lugar simples, no qual vive uma pequena parcela da população tradicional de ribeirinhos. Lá o turista pode apreciar a mujica de pintado, galinha com arroz, e o famoso “chá co bolo”.

A alimentação pode, então, ser usada para recordar e reforçar laços religiosos, étnicos e familiares, na medida em que algumas iguarias estão relacionadas com certos grupos, tornando o ato de comer uma prática identitária, além de ser uma forma de conhecer certo grupo ou localidade, a partir do contato com as tradições e hábitos alimentares. A partir da ideia, a gastronomia passou a ser fonte de experiência turística e ganhou força (GIMENES, 2010).

Também é produzido o artesanato de barro, nos grandes quintais das casas e em meio às mangueiras centenárias, cajueiros, goiabeiras. As peças são queimadas e comercializadas, diretamente com o artesão, ou em uma loja da Associação dos Artesãos, a preços mais acessíveis. A comunidade também realiza, anualmente, festas de santos, quando são reforçados os laços católicos e a fé da população, com apresentação das danças folclóricas, como o Siriri e o Cururu, e o popular Rasqueado Cuiabano, como mostram as figuras abaixo:

Figura 5 - Casa dos Artesões



Fonte: Associação cultural Flor Ribeirinha

Figura 6 - Artesanato cuiabano



Fonte: Associação cultural Flor Ribeirinha

A Prefeitura Municipal de Cuiabá (2022), por meio da Secretaria Municipal de Turismo, lançou o aplicativo¹² Turismo Cuiabá, por meio do qual estão disponíveis informações sobre o mapeamento turístico da Capital com roteiro completo da zona rural e urbana, além de gastronomia, rotas das igrejas, Centro Histórico, rotas das cervejas artesanais, rotas dos balneários, pesca esportivas, eventos que constam no calendário da cidade e outros. São mais de 600 (seiscentos) estabelecimentos cadastrados de diversos segmentos, tendo a pesquisadora utilizado o aplicativo no meu celular, e achado interessante.

O município de Chapada dos Guimarães está incluído no Circuito da Águas¹³ e abrange o bioma Cerrado¹⁴, sendo o mais visitado do estado por dispor de diversas cachoeiras, paredões e lagos, rios, diversidade de fauna e flora, cultura em um ambiente propício para a prática do Ecoturismo. Para a EMBRATUR¹⁵ (1994), o Ecoturismo é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva

¹² Disponível no Google Play Store ou Apple Store.

¹³ De acordo com o Mapa do Turismo em Mato Grosso, já mencionado neste trabalho.

¹⁴ O Cerrado é um bioma classificado internacionalmente como uma savana, que é o mesmo tipo de vegetação de grande parte da África. Existem mais de 2 mil espécies de plantas nativas, mais de 233 tipos de orquídeas; mais de 270 espécies de gramíneas; mais de 15 mil espécies de animais terrestres. Já foram registradas mais de 430 espécies de aves e 150 de peixes e coletadas cerca de 130 gêneros e 550 espécies abelhas. E estão as nascentes de três das maiores bacias hidrográficas do Brasil: Paraná, Tocantins/ Araguaia e São Francisco (BRASIL, 2004).

¹⁵ A EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo - é a autarquia especial do Ministério do Turismo responsável pela execução da Política Nacional de Turismo no que diz respeito à promoção, ao marketing e ao apoio à comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional (EMBRATUR, 2021)

a sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio de interpretação do ambiente, provendo o bem-estar das populações envolvidas.

De acordo com Marcelo de Paula ([s.d]), o relevo da Chapada dos Guimarães se caracteriza pela presença de grandes encostas e escarpas de arenito vermelho, que vão de 600 a 800 metros de altitude, a região, borda do Planalto Central Brasileiro, se situa sobre uma das mais antigas placas geológicas do Planeta, há quinze milhões de anos se tem o surgimento da Cordilheira dos Andes, que fez com que a planície pantaneira afundasse, criando então a Chapada. Nas paisagens da região é possível observar marcas deixadas no arenito, achar fósseis de conchas do mar, ossos de dinossauros e até ver dunas do antigo deserto. Como mostram as figuras abaixo:

Figura 7 - Imagem de queda de água



Fonte: Exposição Cerrado Patrimônio dos Brasileiros ([s.d]).

Figura 8 - Imagem das formações rochosas



Fonte: Atmã (2021).

É nessa forma de relevo que o turismo mais ocorre. Turistas de diversos lugares do Mundo buscam o ecoturismo no município e, ainda, Chapada dos Guimarães é o principal destino dos cuiabanos aos finais de semana em função da proximidade, diversidade de restaurantes e bares, natureza, além do clima ser mais ameno que Cuiabá.

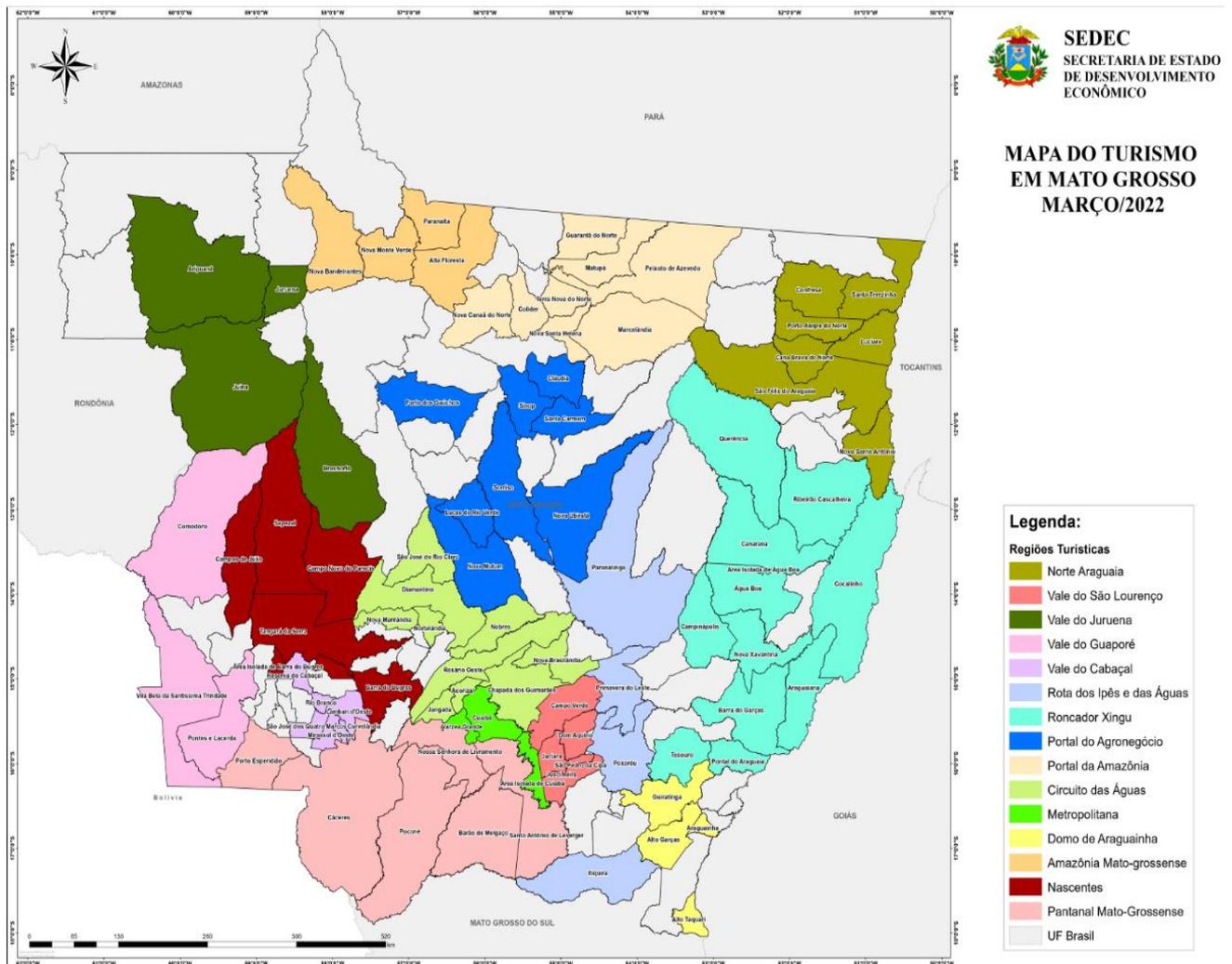
1.3 COMO VAI, TURISMO?

Nesse momento serão expostos alguns dados e acontecimentos que cercam o turismo no estado. Não serão feitas extensas análises, apenas será dada uma pincelada sobre como o governo do estado de Mato Grosso se portou diante da pandemia, as ações realizadas e uma pesquisa feita com turistas que visitaram esta região.

Esta pesquisa não se propôs a uma análise densa sobre o turismo no estado, mas entende-se ser necessário contextualizar e verificar as informações gerais acerca do tema. Foram pesquisadas as informações que o Conselho Estadual de Desenvolvimento do Turismo (CEDTUR) e da Secretaria Adjunta de Turismo (SEADTUR), órgão adjunto da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (SEDEC) fornecem, por ser o maior órgão responsável por aplicar as políticas públicas e divulgar informações no âmbito estadual e tem foco na divulgação dos atrativos turísticos da cidade de Cuiabá e Chapada dos Guimarães, pela localização dos hostels, e diante da pandemia quais foram as medidas tomadas.

O estado possuiu o Programa de Regionalização do Turismo, de acordo com a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (SEDEC, 2022), foi criado com o objetivo de incentivar os municípios a trabalharem em conjunto, estimulando a valorização e a integração mais abrangente em uma dimensão regional. Em Mato Grosso, o Mapa do Turismo possui, atualmente, 87 (oitenta e sete) municípios, distribuídos em 15 (quinze) regiões turísticas, de acordo com a Figura a seguir:

Figura 9 - Mapa do Turismo de Mato Grosso
Grosso



Fonte: SEDEC (2022).

Corroborando com o Ministério do Turismo (2022), o mapa serve como uma orientação para identificar as necessidades de investimento de acordo com cada região e ações de promoções de cada região turística, e pode ser atualizado anualmente, através do Sistema de Informações do Mapa do Turismo Brasileiro (SISMapa), permitindo que gestores atualizem e realizem o cadastramento de seus municípios e regiões turísticas.

Este sistema está pautado na Portaria nº 41 do Ministério do Turismo e, depois, as informações são analisadas pelos órgãos oficiais de turismo das unidades federativas e, após a validação e a inclusão no mapa, os dados são renovados anualmente.

Então, foi criado um novo campo denominado “Atividade Turística”, que será uma base de dados para orientar a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas. A justificativa do mapa decorre da grande extensão territorial do país e

como são poucos os recursos destinados ao turismo, o Ministério menciona que por isso deve ser assertivo nos lugares para a aplicação dos recursos federais.

Depois do cadastro feito pelos gestores e sua validação, quinze regiões turísticas mato-grossenses foram incluídas no Mapa do Turismo Brasileiro de 2022, publicado pelo Ministério do Turismo, 80 (oitenta) municípios do Estado passaram a integrar o mapa. Atualmente, as regiões turísticas integradas ao sistema são: Região Pantanal Mato-grossense, Região das Nascentes, Região Domo de Araguainha, Região Amazônia Mato-Grossense, Região Metropolitana, Região Circuito das Águas, Região Portal da Amazônia, Região Portal do Agronegócio, Região Rota dos Ipês e das Águas, Região Vale do Cabaçal, Vale do Guaporé, Região Vale do Juruena, Região Vale do São Lourenço, Região Norte Araguaia e a Região Turística Roncador Xingu (SEDEC, 2022), e Cuiabá está localizada na região Metropolitana e Chapada dos Guimarães no Circuito das Águas.

A justificativa do Ministério do Turismo sobre a elaboração do mapa é de que o Brasil possui poucos recursos destinados ao turismo, que na visão desta pesquisadora não é argumento aceito como uma justificativa, uma vez que se acredita que os recursos destinados ao turismo deveriam ser repensados, pois se investe pouco, e isso pode ser observado no cotidiano da atividade, quando se viaja a destinos que possuem potencial, mas não possuem infraestrutura.

Complementando com o portal de conteúdo técnico em turismo, Turismo Spot (2019) menciona o Fórum Econômico Mundial que publica, cada dois anos, um estudo que analisa a competitividade do setor de viagens e turismo de mais de 100 (cem) economias do Mundo.

A metodologia do estudo envolve quatro grandes subíndices, sendo esses: ambiente favorável; políticas e condições favoráveis ao turismo; infraestrutura e recursos naturais e culturais. Em 2017, o Brasil ocupava a 27^a colocação no ranking geral, considerando 136 (cento e trinta e seis) países, sendo o 1^o lugar geral em recursos naturais e 8^o lugar em recursos culturais, o país desenvolveu uma infraestrutura relativamente boa de serviço turístico, além de ter melhorado a conectividade aérea, aspectos que permaneciam como desafios para a segurança e o ambiente de negócios, a falta de priorização do turismo na agenda governamental, bem como a política ambiental foram destacados como pontos de melhoria.

No Governo de Jair Bolsonaro (2019/2022), em 2019, o país passou a ocupar o 32^o lugar de 141 (cento e quarenta e um) países, os recursos culturais passaram da 8^a para 9^a colocação, houve uma piora na infraestrutura de serviços, na competitividade de preço e no quesito segurança e proteção e a infraestrutura terrestre e portuária é pouco desenvolvida.

O estudo menciona que, para o Brasil atingir o seu potencial no turismo, é necessário haver uma efetiva priorização do setor, criar iniciativas para manter sua vantagem em recursos naturais e culturais e minimizar as barreiras de negócios, infraestrutura e segurança (TURISMO SPOT, 2019).

Assim, foi elaborado um quadro contendo algumas ações realizadas pela SEDEC (2023), sendo essas voltadas para o turismo no estado, em um momento intenso da pandemia até o ano de 2022, para poder envolver a situação do turismo no estado com a fala dos hosteleiros.

Quadro 1 - Situação do turismo

2020	2021	2022
<p>*Carnaval diferente</p> <p>*Azul retoma voos para Alta Floresta</p> <p>*Videoconferência. Setor do turismo planeja retomada da atividade em Mato Gross - o</p> <p>*Entrevista. Atrativos turísticos do Centro-Oeste são aposta pós pandemia</p> <p>*Live. Manutenção dos empregos no setor do turismo</p> <p>*Live. Tendências de Marketing Criativo e transformação digital no turismo</p> <p>*Combate aos incêndios no Pantanal</p> <p>*Atrativos turísticos de Nobres são reabertos (agosto)</p> <p>* Live. “Vendas Online para Agenciamento”</p> <p>*Rodada de negócios via aplicativo</p> <p>*Retomada do turismo e da pecuária no Pantanal (setembro)/</p> <p>*Conselho Estadual de</p>	<p>*Abertura dos atrativos turísticos de Mato Grosso (janeiro)</p> <p>*Projetos para orlas em Barão de Melgaço e Santo Antônio de Leverger</p> <p>*Empresa aérea mato-grossense inaugura três voos regulares para interior do Estado</p> <p>*Municípios devem preencher o formulário para a atualização do Mapa do Turismo Brasileiro</p> <p>*Soluções para ataques de piranhas no Lago do Manso</p> <p>*Pesquisa revela impactos e perspectivas de empresários do turismo sobre pandemia</p> <p>*Curso gratuito e on-line de Atendimento</p> <p>*45ª Feira Internacional de Santa Cruz de La Sierra (Expocruz) Bolívia</p> <p>*Guias de turismo curso de primeiros socorros</p> <p>*1º Painel de Negócios da Região Oeste. Cáceres</p> <p>*Guias e condutores de Turismo recebem cestas básicas</p>	<p>*32ª edição da feira anual BLT (Bolsa Turismo Lisboa)</p> <p>*Pesca & Companhia Trade Show 2022, de São Paulo</p>

<p>Turismo debate ações para retomada do setor em Mato Grosso</p> <p>*R\$ 70 milhões para obras de infraestrutura rodoviária em MT</p>	<p>* Curso de especialização técnica de Ministério para Guias de turismo</p>	
--	---	--

Fonte: autora (2023).

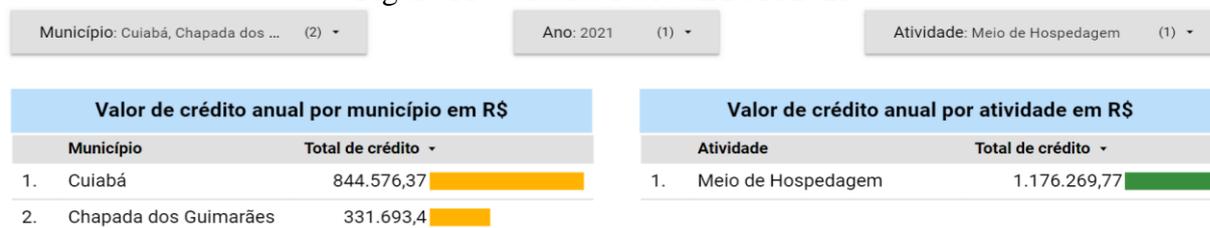
Diante deste quadro se pode observar que não foi encontrada nessa secretaria nenhuma ação relacionada com a Economia para que o trade turístico pudesse se readaptar, propondo soluções, ideias, recursos financeiros para o Turismo. O que levou a verificar os Dados de Crédito, de acordo com o Fundo Geral de Turismo (FUNGETUR), do Ministério do Turismo, que visa ceder recursos, via financiamento, para microempreendedores individuais, microempresas e outras pessoas jurídicas, que lidem diretamente com o turismo. Os valores encontrados, de acordo com a SEDEC (2020), seguem nas figuras abaixo:

Figura 10 - Crédito FUNGETUR 2020



Fonte: SEDEC (2020).

Figura 11 - Crédito FUNGETUR 2021



Fonte: SEDEC (2020).

Depois do pico da pandemia, voltou-se a captação de recursos para os meios de hospedagem. Podendo ser um ponto positivo para a retomada da atividade. Em relação aos empregos relacionados com a atividade de hospedagem, o ano de 2020 fechou com um saldo

negativo de 395, o ano de 2021 com saldo positivo de 205, e o ano de 2022 com saldo positivo de 120 empregos (SEDEC, 2023).

A SEDEC (2022) realizou a Pesquisa Nacional de Avaliação da Qualidade dos Serviços Turísticos de Mato Grosso, em parceria com a Rede Brasileira de Observatórios de Turismo e o Protocolo Tourqual, no período de 22 de setembro de 2021 e 30 de abril de 2022, e teve como objetivo diagnosticar a percepção dos visitantes com relação à qualidade dos serviços prestados em atrativos e destinos turísticos mato-grossenses, os turistas acessavam o questionário via *QRCode* em *posts* que foram disponibilizados nos polos turísticos, Amazônia, Pantanal, Cerrado e Araguaia.

A pesquisa demonstrou que 62% dos visitantes são do próprio estado, São Paulo 10%, Goiás 10% dos visitantes e os demais concentrados na faixa abaixo de 3%. O meio de hospedagem mais utilizado nos registros marca as Pousadas 49%, os Hostels aparecem em 2%. No que diz respeito à percepção do turista em relação aos atrativos visitados, foram questionados itens que podem ser visualizados por meio da figura que segue.

Figura 12 - Avaliação dos itens dos atrativos visitados



Fonte: SEDEC (2022).

A beleza do atrativo teve a melhor pontuação, e como pesquisadora/turista concorda-se com esse fator, pois realmente o estado possui belas paisagens, a menor pontuação foi

relacionada com a tecnologia, que é um ponto negativo do turismo do estado, dificultando, muitas vezes, a questão do pagamento via cartões, pix e até mesmo a comunicação, quando necessária.

O relatório (SEDEC, 2022) menciona que o compartilhamento da experiência do turista em mídias sociais se tornou essencial para as visitas turísticas e tem o poder de influenciar nas escolhas de passeios e viagens pelo mundo, sendo necessário um maior investimento tanto pela gestão pública quanto pela privada, já que ambas têm suas responsabilidades na implantação e melhoria das tecnologias.

A segunda menor pontuação foram os preços dos produtos e serviços, concordando novamente existe um turismo caro no estado, não se possui uma política já consolidada como ocorre em alguns polos turísticos de outros estados, no qual o morador local paga meia, o que poderia ser uma ação para que o mato-grossense conheça o estado e se desloque mais, já que a pesquisa apontou que quem mais se desloca no estado é o morador local e, também, um estudo de estratégias de preço no mercado turístico.

A justificativa do relatório (SEDEC, 2022) em relação a esse item é de que os segmentos turísticos de maior demanda nos atrativos, ecoturismo e turismo de aventura, com público e proposta diferenciadas dos demais segmentos e que podem ratificar os preços praticados.

A nota menor para o item de sinalização para se chegar ao atrativo pode estar relacionada com a grande quantidade destes locais em áreas rurais no estado, demonstrando uma deficiência a ser melhorada nesse quesito, caso também do item acessibilidade ao atrativo / estacionamento / rodovias, que ficou com 4,3% (SEDEC, 2022), sendo este último aspecto um ponto precário no estado, visto que a situação das estradas implicaria em necessário investimento governamental.

Um dos pontos interessantes desta pesquisa está relacionado sobre a indicação e o retorno do atrativo, como mostra a figura abaixo:

Figura 13 - Registros sobre retorno ao atrativo

Gráfico 6: Se indicaria a visita ao atrativo escolhido para amigos e familiares

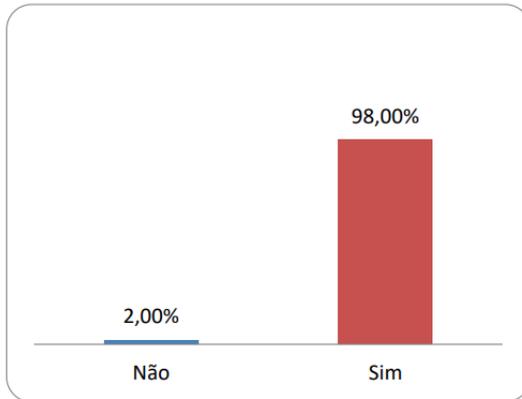
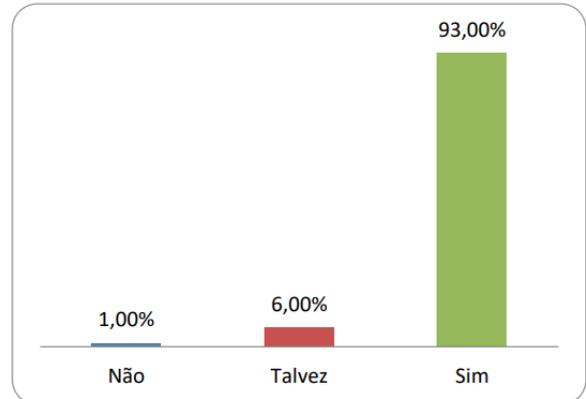


Gráfico 7: Em uma próxima vinda à cidade, você visitaria novamente o atrativo



Fonte: SEDEC (2022).

Os visitantes tiveram um espaço para fazer comentários e sugestões sobre os atrativos e toda a estrutura que envolve o produto turístico, sendo avaliados e a maior parte das opiniões foram positivas, com elogios ao atendimento dos funcionários, Guias de Turismo e proprietários dos atrativos, alimentação, experiências, passeios e qualidade das atividades realizadas, conforme agrupamento as palavras na figura abaixo:

Figura 14 - Opiniões e avaliações sobre os atrativos turísticos



Fonte: SEDEC (2022).

Em relação aos efeitos da pandemia, conforme o levantamento disponibilizado pelo Observatório do Desenvolvimento sobre o fluxo turístico do Parque Nacional de Chapada dos Guimarães (ICMBio)¹⁶, entre janeiro e agosto de 2021, o Parque recebeu 38.498 visitantes, a Cachoeira Véu de Noiva foi responsável por mais de 82% das visitas, seguido pela Cidade de Pedra, com 9,4% e Rio Claro que correspondeu a 5,6% de participação.

O número foi bem inferior ao de 2019, que fechou o ano com a passagem de mais de 183 mil turistas pelo local. Nos três anos anteriores foi detectado um crescimento acumulado de 15,3%, entre 2016 e 2019. Em relação à alavancagem do setor se menciona como exemplo para a recuperação o aumento do volume de desembarques nos quatro principais aeroportos mato-grossenses, condição que teve saldo positivo de 11 mil a mais que no ano anterior (SEDEC, 2021).

Em abril de 2020, de acordo com o Sindicato Intermunicipais de Hotéis, Restaurantes e Similares (SHBS-MT), pelo menos 14 (quatorze) hotéis fecharam as portas, temporariamente, em função do isolamento social estabelecido pelos órgãos de saúde (HNT, 2020). Não se encontrou nenhum dado de quantos fecharam definitivamente, sabe-se que dois hostels fecharam no estado, um em Cuiabá e outro em Barra do Garças.

1.4 O LUGAR DA HOSPEDAGEM

Nesse momento a pesquisa passa a abordar o segmento dos hostels. Esses representam um segmento de hospedagem que possui um valor cultural e turístico de grande importância no Mundo, sendo esses expostos por meio de uma definição mais larga, conceitual, sobre essa atividade no Turismo e por essa são pontuados alguns aspectos físicos, suas formas de acolhimento e seus usos por parte das pessoas, sob o olhar da ideia de lugar trabalhado na Geografia Humana, sendo esses compreendidos como os locais nos quais ocorrem trocas culturais, experiências, emoções etc.

Traz-se a ideia de Jostin Kripendorff (2001, p. 51), que definiu o ato de viajar como:

¹⁶ Os Parques Nacionais, conforme o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC), têm como objetivo básico a preservação de ecossistemas naturais de grande relevância ecológica e beleza cênica, possibilitando a realização de pesquisas científicas e o desenvolvimento de atividades de educação e interpretação ambiental, de recreação em contato com a natureza e de turismo ecológico (Lei nº 9.985/2000). Considerando estes objetivos e as diretrizes estabelecidas, institucionalmente, pelo Ministério do Meio Ambiente e pelo Instituto Chico Mendes (ICMBio), atua-se no sentido de conciliar a proteção do Parque Nacional da Chapada dos Guimarães com projetos e atividades que promovam as pesquisas científicas, a educação ambiental e a visitação pública, de forma a buscar um envolvimento cada vez maior e melhor da sociedade com as Unidades de Conservação (ICMBIO).

Viajar é partir para a descoberta de si mesmo. É em um ambiente diferente do nosso que se tem a consciência da nossa realidade, é nas viagens que descobrimos caminhos que levam ao enriquecimento pessoal, nos ocupamos com nós mesmos, exploramos nossa alma, redescobrimos nossa harmonia interior para compararmos com outras pessoas, outras experiências e descobrir nossas aptidões.

Na Conferência das Nações Unidas, realizada em Roma, ficou constituído uma série de definições aceitas pela Organização Mundial do Turismo (OMT), e o turismo foi compreendido como fenômeno socioeconômico e cultural, que tem como pressuposto o movimento de pessoas para localidades fora do espaço em que trabalham ou vivem, por um momento limitado e por causas que não sejam profissionais, portanto, trata-se de um movimento de partida e de regresso ao local de origem, que comporta múltiplas possibilidades de abertura, encontro e unidade (ASSUNÇÃO, 2012).

A atividade turística é capaz de unir os fenômenos socioeconômicos e culturais e o turista é o principal ator desses processos, por ser o que busca, o que se desloca de seu cotidiano para conhecer novos cotidianos. Para Pearce (1949), o turismo é uma atividade que diz respeito essencialmente a pessoas e lugares, a lugares que são deixados, visitados ou que neles se está de passagem, mas também lugares onde as pessoas se cruzaram pelo caminho, tornando um incessante processo de intercâmbio pelo fato de “que todos os indivíduos e grupos são seres e sujeitos culturais” (CHAUÍ, 1995, p.81). A palavra cultura e turismo caminham lado a lado desde o início das primeiras viagens.

É difícil e complexo definir a palavra cultura, por possuir diversos sentidos e significados, em diversas e diferentes sociedades, menciona-se aqui apenas uma dessas, na qual a “palavra cultura vem da raiz semântica *colere*, que originou o termo em latim *cultura*, de significados diversos como habitar, cultivar, proteger, honrar com veneração” (WILLIAMS, 2007, p.117).

No pensamento iluminista francês, a cultura caracteriza o estado do espírito cultivado pelo conhecimento. “A cultura, para eles, é a soma dos saberes acumulados e transmitidos pela humanidade, considerada como totalidade, ao longo de sua história” (CUCHE, 2002, p.21). A cultura se produz “através da interação social dos indivíduos, que elaboram seus modos de pensar e sentir, constroem seus valores, manejam suas identidades e diferenças e estabelecem suas rotinas” (BOTELHO, 2001, p.2).

Toda essa produção se transforma em atrativos para o turismo, através de eventos (gastronômicos, folclóricos, artísticos etc.), visitação em monumentos históricos, isto é, tudo o que é compreendido como o resultado entre os recursos naturais e culturais e os serviços da localidade, com o objetivo de despertar o interesse nas pessoas.

Corroborando com Néstor Garcia Canclini (1987), a cultura pode ser vista também “como¹⁷ parte de la socialización de las clases y los grupos en la formación de las concepciones políticas y en el estilo que la sociedad adopta en diferentes líneas de desarrollo” (1987, p.25). Indo ao encontro com as definições do turismo, que é uma atividade que envolve a socialização de pessoas que habitam diferentes lugares do Mundo, sendo que cada um ao viajar leva consigo suas preferências políticas, costumes etc.

Nesse sentido, essa união entre o turismo e a cultura que se faz presente nesta pesquisa levou até um meio de hospedagem que está vinculado ao Turismo Social, os *Hostels*, por oferecerem hospedagem de baixo custo, possibilitando que pessoas com baixa renda também tenham acesso a este meio de hospedagem e, conseqüentemente, ao ato de viajar.

Segundo Mario Carlos Beni (2002, p. 97), o turismo social:

[...] é uma das formas de turismo interno, dirigido a fomentar as viagens de descanso entre aqueles setores da população cujas rendas não lhes permitem utilizar os serviços normais de prestação turística existentes normalmente no mercado e cujos preços se estabelecem com critérios de maximização de lucros.

Dentro do contexto do turismo social, conforme Jordir Montaner Montejano (2001, p.59) se encontra o turismo da juventude, juntamente com o turismo familiar e da terceira idade, “o turismo juvenil é outro tipo de turismo social. É centrado nos segmentos mais jovens da população, podendo ser classificado em turismo escolar, juvenil e universitário.” E se atenta para o crescimento do Turismo Associativo, podendo ser social e/ou da juventude, que de acordo com Giaretta (2003, p.8) “é o turismo praticado por um grupo homogêneo de jovens, com as características marcadas por período etário, estilo de vida e estado de espírito.”

A viagem praticada pelos jovens tem uma motivação diversa, turismo da juventude é um segmento, que engloba uma diversidade de perfis como o intercâmbio estudantil, viajantes jovens independentes e os *backpackers*¹⁸, entre outros que compõem o público-alvo dos hostels (NASH; THYNE; DAVIES, 2006).

Medaglia e Ortega (2015) destacam, também, que as atividades turísticas dos jovens viajantes suscitam benefícios sociais e culturais nas comunidades e espaços de acolhimento e que perduram no médio e longo prazo, ao mesmo tempo em que produzem informações, enquanto sujeitos tecnológicos e sensíveis a questões sociais e ambientais compatíveis com seus valores educacionais.

¹⁷ "como parte da socialização de classes e grupos na formação de concepções políticas e no estilo que a sociedade adota em diferentes linhas de desenvolvimento" (tradução nossa).

¹⁸ é a denominação mais utilizada em âmbito internacional para descrever os turistas que viajam de maneira independente, flexível e econômica.

Nesse sentido e a partir do panorama já descrito, surge o *hostel* ou albergue¹⁹. Um meio de hospedagem que favorece a troca de experiência e convívio coletivo, contudo, mantendo a individualidade de cada hóspede. Esse moderno contexto socioespacial é marcado pela singularidade e baseado na filosofia de Bahls (2015); Barretto (2001); Brenner & Fricke (2007); Coburn (1950); Giaretta (2003); Heath (1962); Hostelling International (2014); Trotta (1978).

Dentro desse contexto, os hostels são hospedagens de baixo custo que alcançam valores que podem ser pagos e que influenciam, diretamente, na realização da viagem. Hetch e Martin (2006) salientam que os serviços disponíveis são, geralmente, mais econômicos dentro do hostel, atendendo à sensibilidade ao preço do público-alvo. Corroborando com Mario Carlos Beni (2002, p.328), um albergue de turismo é um:

Estabelecimento comercial de hospedagem, subvencionado ou não, destinado ao atendimento do Turismo Social, já muito difundido na Europa e nos EUA, atualmente expandindo-se na América do Sul. Tem instalações e serviços básicos e elementares para atender demanda específica de alojamento de segmentos sociais com recursos financeiros modestos como estudantes e aposentados. Situa-se em geral nas grandes cidades e centros turísticos. Apresenta unidades habitacionais simples, comportando quartos individuais ou dormitórios coletivos, com serviços parciais de alimentação. (BENI,2002, p.328).

A hospedagem pode oferecer, além de um ambiente de descanso, um lugar que proporcione contato com pessoas, com a cultura local, com a gastronomia entre tantas outras formas de vivências, que envolve o lugar visitado. O setor de turismo, no qual se inclui o segmento de hotelaria, é destacado pela Organização Mundial do Trabalho (OMT) como a prática que enriquece indivíduos, famílias e comunidades inteiras, tratando-se da maior atividade do comércio internacional, empregando milhões de pessoas, direta ou indiretamente. De acordo com Ana Paula Spolon (2010, p. 205), a hospedagem significa:

As pessoas que vão e vêm de todos e para todos os lados, em definitivo temporariamente, têm naturalmente o desejo de parar. Entre o chegar e o partir a necessidade de estar. E estar em um lugar que não seja o nosso de residência fixa ou atividade profissional permanente, mesmo que durante um período curto, é algo que demanda cuidados (SPOLON, 2010, p. 205).

A palavra *hospitalidade* deriva do latim e significa ato de acolher, de hospedar; a qualidade do hospitaleiro; boa acolhida; recepção; gentileza; cortês; tratamento afável; amabilidade. Dando origem para a palavra hóspede que designa estrangeiro; forasteiro;

¹⁹ Criado pelo professor Richard Schirmann com o objetivo de promover atividades pedagógicas para seus alunos e organizou grupos de jovens para realizar pequenas viagens de estudo (ver p.7).

indivíduo que se acomoda ou se acolhe, provisoriamente, em casa alheia, hotel ou outro meio de hospedagem (DIAS, 2002).

Na França do século XIII, a hospitalidade era uma prestação de serviços regulamentada pelas autoridades públicas e era considerada uma profissão. A palavra hotel, de origem francesa, era qualquer tipo de edifício majestoso e, depois, foi relacionado às mansões senhoriais que alugavam quartos de acordo com o tempo e o valor pago (DIAS, 2002).

Portanto, alimentar, albergar e divertir os viajantes é uma das indústrias mais importantes do mundo (GOELDNER, 1999). E as alterações, em suas tipologias, são presentes até hoje, hospedagens que são classificadas por meio de estrelas, que “ganham fama” através de alguma pessoa famosa, que se hospedou ou pela quantidade de “curtidas” em uma postagem na internet, hospedagens no campo, no gelo na neve etc. Hospedagens distribuídas ao redor de todo o Mundo e para todos os segmentos de turismo. Se o turista se modifica, as hospedagens também o acompanham.

Sendo assim, os meios de hospedagem evoluíram respondendo a novas motivações turísticas e formas de viajar, traduzindo-se em uma maior especialização em termos de serviços, de preços e de segmentos. A partir da década de 1960 surgiram novos meios de alojamento complementares à hotelaria, como parques de campismo e caravanismo, aldeamentos, apartamentos turísticos, explorações em regime de multipropriedade, aldeias de férias, entre outras (CASTELLI, 1984).

Nos últimos anos tem sido registrada uma diversificação da oferta e flexibilização das formas de alojamento, por exemplo: cama e café, dentro de uma residência familiar, na qual os proprietários alugam os quartos e oferecem o serviço de café da manhã; aluguel de casas, o mais conhecido é o *Airbnb*²⁰, por meio do qual o turista pode alugar apenas um quarto ou o espaço inteiro de diferentes formas de moradia; cruzeiros, que oferecem serviços relacionados com hotelaria, mas sendo esses em alto mar; hotel fazenda, hospedagem com a mesma ideia de um resort, mas no campo e oferecem como atividades o dia a dia do campo; apart-hotel, com as mesmas comodidades de um hotel, mas com quartos que possuem cozinha e área de serviço. Essas são algumas formas de hospedagem que fogem do convencional e que possibilitam atingir diversos públicos.

Cabe, neste contexto, as hospedagens que podem oferecer esse diferencial. Esse viajante que busca esse diferencial tem, em sua conduta implícita, a crescente tendência de

²⁰ Sigla para a expressão “*Air Bed and Breakfast*” (Ar, cama e café da manhã), é uma plataforma de aluguel de hospedagens, que permite que qualquer pessoa disponibilize ou reserve acomodações ao redor do Mundo.

não se hospedar em um hotel qualquer, mas em um hotel que lhe garanta uma estadia comovente, que mexa com seus sentimentos e lhe garanta, ao término da viagem, ter histórias interessantes para ouvir e revelar, significando que a decisão sobre onde se hospedar passa a interferir, diretamente, sobre a qualidade da viagem como experiência, mas também sobre a própria experiência da hospedagem (SPOLON, 2010). Desse modo, Ana Paula Spolon (2010, p. 214) traz que:

O valor comercial da hospedagem está intrinsecamente ligado ao valor emocional da experiência da hospedagem, bem como à qualidade do ambiente no qual o empreendimento hoteleiro está instalado. Dessa forma quanto mais adequadas as condições de implantação do edifício na paisagem urbana [...] maiores serão (também) os valores comercial e simbólico da hospedagem. (SPOLON, 2010, p. 214).

Mundialmente, a entidade que regulamenta o funcionamento dos Albergues da Juventude é a *International Youth Hostel Federation* (IYHF), que é detentora da marca *Hostelling International* e, no Brasil, é a Federação Brasileira de Albergues da Juventude (FBAJ), que possui o controle e foi fundada em 9 de dezembro de 1971.

Os outros *hostels*, que são considerados como independentes, por não estarem vinculados a essa entidade, não seguem as regulamentações da rede IYHF, e no Brasil a EMBRATUR, de acordo com o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) não menciona os *hostels* como uma hospedagem, por se tratar de quartos coletivos. Menciona apenas que é “meio de hospedagem peculiar de turismo social, integrado ao movimento alberguista nacional e internacional, que objetiva proporcionar acomodações comunitárias de curta duração e baixo custo, com garantia dos padrões mínimos de higiene, conforto e segurança.” (EMBRATUR, 2003)

Não são somente os *hostels* que fazem parte da rede internacional IYHF que possuem qualidade, os independentes também possuem. Segundo o site oficial da *Hostelling International* ²¹. Um albergue da juventude é um meio de hospedagem de qualidade, que oferece um pernoite confortável em um ambiente amigável, com preços acessíveis. Os albergues da juventude oferecem a maneira perfeita de conhecer um país por um preço baixo e de encontrar pessoas para dividirem experiências de viagens, corroborando com Joaquim Trotta (1978, p. 17):

Os Albergues da Juventude Internacionais existem para ajudar jovens a viajar, conhecer e amar a natureza e apreciar os valores culturais das pequenas cidades e grandes metrópoles. Estes variam de região para região, mas as características gerais são as mesmas, ofertam dormitórios, toaletes separadas por sexo, sala de estar e cozinha e são regidos por uma filosofia mundial. (TROTTA, 1978, p. 17).

²¹ Disponível em: <https://www.hihostels.com/>

Diferente de outras hospedagens, o hostel possui sua própria filosofia internacional, carteirinha de desconto na estadia, além de atrativos turísticos e hospedagem de baixo custo, que alcançam as classes econômicas menos favorecidas, visto partir do pressuposto de que todos possuem o direito de viajar. Concordando, em todos os aspectos, com Ana Paula Garcia Spolon (2010, p. 207) que:

Então, por extensão, esse mesmo viajante tem, implícita em seu comportamento, a crescente tendência de ficar não em um simples hotel, mas em um hotel que lhe proporcione uma estada emocionante, que mexa com seus sentimentos e que lhe permita, ao final da viagem, ter histórias interessantes e memoráveis para contar. A decisão sobre onde ficar passa a interferir diretamente sobre a qualidade da viagem como experiência, bem como sobre a própria experiência da hospedagem (SPOLON, 2010, p.207).

Segundo o *Hostel International* (2010), o valor associado a essa tipologia de hospedagem é o de fomentar a educação de jovens de todas as nações, especialmente, os de recursos limitados, estimulando neles um maior conhecimento, afeto e cuidado com a natureza, assim como um conhecimento dos valores culturais das cidades, tanto grandes como pequenas, de todas as partes do Mundo.

Nesse sentido, o lugar representa o ambiente em que a história ocorre, no qual o ser humano encontra as coisas, os outros e o próprio ser. Adriana Leite (1990) considera que é no lugar que são vislumbrados referenciais afetivos, os quais são desenvolvidos durante as vidas a partir do convívio com o lugar e com o outro.

Assim se pode definir esse segmento de hospedagem por sua miscelânea como centro de significados construídos pela experiência no contato com o próximo (TUAN, 1983), afinal uma das principais motivações para Jostin Krippendorff (2001) é o ato de se comunicar, o ser humano deseja estabelecer contato com o outro.

A comunicação é um fenômeno presente nas interações sociais. Ela essa se mostra nas mais variadas situações e de várias maneiras. Na condição de seres vivos e pensantes, as pessoas estão o tempo inteiro se deparando com formas de comunicação, pois é possível dizer, com alguma segurança, que a comunicação é parte fundamental do modo como os seres humanos se organizaram entre si.

Outro fato relevante dentro de um hostel é que a cozinha proporciona trocas de experiências culturais gastronômicas, visto que pessoas de vários lugares se concentram ali para cozinhar e conversar, promovendo uma socialização entre os hóspedes, em decorrência de uma ambiência mais descontraída nas áreas comuns.

Abaixo seguem algumas imagens dos hostels do estado, todas foram retiradas dos meios digitais de comunicação da hospedagem, em função da impossibilidade no momento de uma visita *in loco*, pelo fato de estarem temporariamente fechados.

Figura 15 - Hostels Mato Grosso I



Fonte: Instagram zizi_home (2021).

Figura 16 - Hostels Mato Grosso II



Fonte: Instagram @zizi_home (2021).

Figura 17 - Hostels Mato Grosso III



Fonte: Instagram zizi_home (2021).

Figura 18 - Hostels Mato Grosso IV



Fonte: Instagram @chapadahostel (2021).

Figura 19 - Hostels Mato Grosso V



Fonte: Instagram @chapadahostel (2021).

Figura 20 - Elementos da cultura do estado



Fonte: tripadvisor (2021).

Podem ser observadas nessas fotos que os espaços são voltados para a aproximação com o próximo. Geralmente, os hostels não possuem televisão nos quartos, mas em ambientes coletivos para que o alberguista possa interagir com os demais. Os hostels possuem também uma ligação com a cultura local, seja pela venda de produtos locais, ou por informações. Constituindo, assim, em um lugar repleto de trocas e conhecimento. Assim, o lugar se comporta como um nó funcional, para o humanista ele significa um conjunto de complexo simbólico (que pode ser estudado a partir da experiência, ou da experiência grupal (intersubjetiva) de espaço (TUAN, 1979).

Para Relph (1976, p.8) “o espaço é amorfo e intangível e não uma entidade que possa ser diretamente descrita e analisada. Contudo (...) ele está sempre próximo e associado ao sentido ou conceito de lugar” e “lugares são os contextos ou pano de fundo para a intencionalidade definir objetos ou eventos, ou seja, esses podem ser objetos da intenção em seu sentido primordial (...) toda consciência não é meramente consciência de algo, mas de algo em seu lugar, e (...) esses lugares são definidos, geralmente, em termos dos objetos e seus significados. Como objetos, em seu verdadeiro sentido, lugares são essencialmente focos de intenção, que têm, usualmente, uma localização fixa e traços que persistem em uma forma identificável” (RELPH, 1976: p.42-43).

Talvez, as primeiras ideias que desvinculavam o lugar do sentido de localização partiram de Sauer (HOLZER apud SAUER, 1998) que observava a geografia como algo que estava “além da ciência” ainda, possuía fortes elementos subjetivos ligados ao conceito de “paisagem cultural” que “a cultura é o agente, a área natural é o meio, a paisagem cultural é o

resultado. Corroborando com Manzi (2015), a perspectiva do sentido pode ser compreendida como uma abordagem cultural da comunicação, uma vez que a cultura é o único ponto que pertence somente ao ser humano. Decisivamente, não existe cultura fora do Mundo humano. Aliás, a cultura é esse Mundo.

Para esses autores, o lugar está repleto de significados, sendo estes atribuídos pelo homem que compõe esse lugar, Tuan (1979) define todos os lugares como pequenos Mundos, sendo o sentido de Mundo explicitado nas relações humanas (comunicação: interlocução entre sujeitos), e o poder dos símbolos (comunicação: materialidade simbólica) para se criarem lugares dependem, em última análise, das emoções humanas.

Logo, deve-se procurar conhecer cada realidade cultural para entender a lógica de costumes, de transformações e de concepções que envolvem os seres humanos. “Hoje, certamente mais importante que a consciência do lugar é a consciência do mundo, obtida através do lugar” (SANTOS, 2005, p. 161). Assim, explica Balastrieri (1999, p. 32) que:

O espaço pode transformar-se em lugar, a medida que adquire personalidade, torna-se vivido. A percepção e o intelecto, por meio da experiência vivida e compartilhada, constroem o lugar na subjetividade e na intersubjetividade. A percepção corporal e a própria consciência expressam o sentir além do próprio corpo. Assim o corpo extrapola o sentido físico, interagindo com os objetos e com as pessoas com que se relaciona.

Para Schutz (1979, p. 241), o homem passa a refletir não somente sobre sua atualidade, mas onde [...] há o conhecimento de que a natureza transcende a realidade da minha vida diária:

O mundo da minha vida diária não é de forma algum meu mundo privado, mas é, desde o início, um mundo intersubjetivo compartilhado com meus semelhantes, vivenciado e interpretado por outros; em suma, é um mundo comum a todos nós [...] sempre me encontro dentro de um mundo historicamente dado que, tanto como mundo da natureza quanto como mundo histórico-cultural, existiu antes do meu nascimento e vai existir depois da minha morte (SCHUTZ, 1979, p. 159-160).

Corroborando com Heidegger (1995, p. 296), o verdadeiro mundo não é o da ação ou o da contemplação, mas é o da presença e é a presença que permite a compreensão do mundo pelo homem uma vez que ele está inserido no interior da situação:

Se pensarmos o comum-pertencer como de costume, então, como já mostra a ênfase dada à primeira parte da expressão, o sentido do pertencer é determinado a partir da comunidade, quer dizer, a partir da unidade. Neste caso, pertencer significa: integrado, inserido na ordem de uma comunidade, instalado na unidade de algo múltiplo, reunido para a unidade do sistema, mediado pelo centro unificador de uma adequada síntese. A filosofia representa este comum pertencer como nexus e connexio, como a necessária junção de um com o outro (HEIDEGGER, 1989, p. 141).

O lugar adota valores e significados peculiares para aqueles que o vivenciam. É um espaço cheio de emotividade, no qual as relações sociais, as representações de universos singulares e as experiências se comunicam, de forma a operar modificações em sítios especiais, guardados com cuidado na memória (CORRÊA; ROSENDAHL, 2003). E um meio de hospedagem reúne pessoas facilitando essas relações sociais, como troca de ideias e de sentimentos.

Santos (1996) considera que a arquitetura concreta do mundo contemporâneo tem três momentos fundamentais: o Eu-para-mim mesmo; o outro-para-mim; o Eu-para-o outro (interlocução entre sujeitos!!). A partir desse modo que se arquitetam e recompõem os valores (fuga, desejo, ócio, consumir, ostentar, etc.), através de um processo incessante de intercâmbio:

Esses semelhantes são objetos da minha própria situação como sou da deles. Agindo sobre os outros e sendo afetado por eles, conheço esse relacionamento mútuo, e esse relacionamento implica que eles, os outros, vivenciam o mundo comum, essencialmente de um modo semelhante ao meu. O homem vê como pressuposto a existência material de seus semelhantes, sua vida consciente, sua possibilidade de intercomunicação e a qualidade histórica da organização social e da cultura da mesma forma que vê como pressuposto o mundo da natureza no qual nasceu (SCHUTZ, 1979, p. 160).

Para Pocock (1981, p. 337), a viagem fornece o alicerce para a comparação entre os lugares:

Nós, portanto, habitamos em uma hierarquia de lugares, levando-nos ao nível apropriado de resolução de acordo com o contexto particular no qual encontramos a nós mesmos. Cada nível ou estado nasce da experiência das intenções mútuas entre o homem e o ambiente (POCOCK, 1981, p. 337).

Ainda, Trigo (2010, p. 38) menciona que:

Esse é o objetivo da grande viagem, da experiência mais profunda e essencial, porque consiste em descobrir a si mesmo, assumir sua história pessoal e, ainda, escolher os caminhos que restam para completar a própria existência. Tem a ver com as clássicas perguntas sobre o sentido e o significado da vida? Claro que sim. Mitos arcaicos, antigas e novas religiões, filósofos e cientistas refletiram sobre essas questões durante milênios, mas o ser humano atual tem medo, ou descaso, para com essas questões inquietantes, porque não dispõe de respostas acabadas e certas. Mas, nesse caso, não há necessidade de respostas, mas sim da reflexão e do prazer de viver a consciência de si mesmo. Não exista destino, apenas a viagem (TRIGO, 2010, p.38).

E os ambientes dos hostels oferecem um ambiente para as experiências, mas cabe ao alberguista saber aproveitá-las, manter os sentidos e olhos abertos para o novo e desconhecido. Falar sobre uma hospedagem que envolve a sua própria filosofia é enriquecedor e, ao mesmo tempo, desafiador, ainda mais em um tempo pandêmico, tema que será que abordado a seguir

2 FUNDAMENTAÇÃO

2.1 A COVID-19

Neste capítulo se engloba este momento triste, difícil e inacreditável do ponto de vista de como o presidente do Brasil Jair Messias Bolsonaro debochou da vida e do sofrimento humano. O acontecimento é visto, neste momento, como algo que faz vibrar as emoções através da comunicação que os hosteleiros tiveram com esta pesquisa falando sobre a Covid-19.

Para Vera França (2017) é nessa dupla possibilidade também que as duas vidas do acontecimento contribuem para as pesquisas em Comunicação, uma vez que permite a identificação e a análise das experiências individuais e coletivas, das afetações e da factualidade dos fenômenos, e em outra parte possibilita visualizar como ocorre a construção de narrativas em torno de um acontecimento.

Durante a pandemia, muitos proprietários de estabelecimentos voltados ao turismo se viram marginalizados e esquecidos pelo governo (situação registrada e ouvida pela pesquisa) e não conseguiram apoio financeiro, e utilizaram a mídia para tentar amenizar as perdas e recuperar seus clientes durante a pandemia. A mídia é um lugar privilegiado, no qual os acontecimentos “repercutem, são narrados, se dão a ver no seu desdobramento e em suas consequências” (FRANÇA; ALMEIDA, 2006, p. 6). E embora a mídia não seja uma das análises, entende-se que a menção seja necessária, porque é um dos quadros de sentido que fazem parte do cotidiano.

Talvez seja o lugar mais fácil para a adaptação diante de uma pandemia mundial, tendo em vista que “não são os sentidos que advêm para iluminar o fato e convertê-lo em acontecimento: o acontecimento o é, porque capaz de desencadear sentidos” (FRANÇA; ALMEIDA, 2006, p. 4), sendo esse que revela seu passado e descortina horizontes de possibilidades (FRANÇA, 2017), trazendo mudanças relacionadas com as novas formas de praticar o turismo, com oportunidades para pessoas, que não possuem condições financeiras ou até mesmo o tempo para se deslocar para participação de eventos nacionais e internacionais, ainda, trazendo também as oportunidades para realizarem *tours* virtuais em grandes museus, galerias de arte, atrativos turísticos etc., em lugares que, talvez, nunca pudessem visitar e que hoje estão “acessíveis” via internet.

No âmbito da comunicação turística, indivíduos, grupos e instituições agem nos processos de representação do espaço, articulando representações simbólicas para dizer e

compreender algo (BALDISSERA, 2010), desdobrando possibilidades para se viajar simbolicamente (ELLIOT & URRY, 2010).

A mídia tanto pode ser um dos lugares nos quais surgem e se produzem acontecimentos, como o espaço no qual os acontecimentos são repercutidos e adquirem sua segunda vida, pois a mídia incide na configuração e dinâmica da realidade da vida cotidiana, e na forma de convivência e atravessamento entre as múltiplas realidades que compõem o mundo da vida (FRANÇA, 2012).

A mídia surge e produz acontecimentos, mas não é vista como um acontecimento, mas sim os efeitos gerados por essa, quando organiza seus quadros de sentido, como fez em suas narrativas sobre a pandemia. A vida em sociedade existe, em função de transmissão de “ideais, esperanças, expectativas, objetivos, opiniões, entre os membros da sociedade [...]” (DEWEY, 1979a, p. 3). Essa é um “um novo espaço de troca, de convivência, de consulta, de convocação; um espaço de encontro e de circulação, como são a rua, a praça, os estádios, os cafés, os bares” (FRANÇA, 2012).

E o turismo é uma das formas que envolvem essas transmissões, a curiosidade humana, o contato com lugares e pessoas, alguns tipos de turistas procuram em suas viagens a “busca pelo paraíso” longe da rotina da casa, do trabalho, da poluição e barulho das cidades, que são sempre exaltados nas propagandas turísticas e/ou nas redes pessoais dos turistas.

De maneira mais específica, "mobilidades turísticas envolvem combinações complexas de movimento e pausa, realidades e fantasias, diversão e trabalho" (SHELLER & URRY, 2004, p. 1) Cada vez mais, sujeitos móveis estão levando consigo dispositivos portáteis – ou miniaturizados (ELLIOT & URRY, 2010). A emergência do ciberespaço reconfigurou e mobilizou o próprio conceito de espaço, no qual os espaços virtuais são desenhados com base no interesse humano e não na proximidade física, permitindo socializações instantâneas, bem como outras formas de presença para além do contato físico (HANNAM et al., 2014).

A ideia desses autores é trazida para que o leitor conheça outras formas de como o espaço pode ser visto também no turismo. No estudo, o conceito de espaço está vinculado ao lugar, sendo necessário o contato humano para que tenha significado. Leite (1990) considera que é no lugar que são vislumbrados referenciais afetivos, os quais são desenvolvidos durante as vidas das pessoas, a partir do convívio com o lugar e com o outro.

Da mesma forma que imagens e informações viajam para divulgação e promoção de um destino, uma localidade pode sofrer com o inverso, como em Hong Kong em decorrência da epidemia da SARS, de 2003, a movimentação de imagens e informações produziu menos

deslocamentos, uma vez que a esta crise sanitária tirou, momentaneamente, a cidade do "palco global" (SHELLER & URRY, 2004). E este contexto fica claro que a comunicação turística (objetivada ou espontânea) pode ser um fator de mácula da imagem e sucesso de destinos turísticos (BALDISSERA, 2010).

Este espaço midiático deu a ver uma guerra de narrativas, de apelo à solidariedade, de cuidados e restrições sanitárias e de negacionismo. O tempo da pandemia foi o tempo do caos provocado, por mais absurdo que pareça, pelo próprio governo brasileiro, mais especificamente, o presidente Bolsonaro. Ele negava a pandemia, a ciência, a vacina, era desumano, e tudo isso circulava pelo Mundo todo.

A imagem do Brasil era péssima, triste, raivosa e má. Esse negacionismo se traduz na aceitação de intervenções sem validação científica, como a divulgação e exaltação de uma terapêutica de eficácia não comprovada e com efeitos colaterais extremamente sérios como a cloroquina, ou a defesa de uma estratégia de intervenção que era contrária à posição da Organização Mundial de Saúde (OMS), denominada por Bolsonaro como "isolamento vertical" (LOWY; BERLIVET, 2020).

Em maio de 2020, o Brasil foi considerado o novo epicentro da Covid-19 no Mundo e jornais estrangeiros mencionavam estudos de que o pico da doença no país ainda não havia chegado. E o Ministério da Saúde anunciava que a divulgação dos números da Covid-19 seria modificadas e jornais estrangeiros interpretaram o gesto como uma maneira de ocultar os dados, e a atitude acabou reforçando a visão de que o presidente agia arbitrariamente em relação à doença (GAZETA, 2020).

As diversas notícias que chegavam o tempo todo durante a pandemia, o posicionamento do Presidente da República e o governo mostravam a falta de humanidade no "nosso país" perante a vida. E essa era a "nova" imagem do Brasil que circulava no Mundo todo. E, não se pode aqui mencionar se as atitudes e falas do Presidente da República perante a pandemia impactaram na busca do Brasil como destino turístico, mas é possível dizer que, como brasileira sentia envergonhada, humilhada e impotente perante a falta de humanidade.

Levar adiante uma política de isolamento como a que deu certo em países como Portugal, Austrália, Argentina, e outros, envolve diretamente ações educativas aliadas a diretrizes do Ministério de Saúde, e que deverão ampliar e não diminuir os investimentos em ciência e tecnologia, informação, e a estratégia negacionista do governo desestimula o alcance e a importância das medidas preconizadas pela Organização Mundial de Saúde (OMS) adotadas em quase todos os países do Mundo (CAPONI, 2020). E no Brasil, a ciência e os

pesquisadores era maltratados pelo presidente, que negava o conhecimento e se pautava no achismo.

A sociedade vivia o caos e a cultura da morte, alguns brasileiros replicavam através da internet, principalmente, as ideias diabólicas que o presidente falava e ocultava através da liberdade, pátria e família. Pedro Oliveira e Rodrigo Portari (2022), em seu artigo, Três ideias sobre a política da morte e uma figura pública, destacam alguns aspectos do presidente Jair Messias Bolsonaro, como sendo totalitário, viés autoritário contidos no seu populismo, o estabelecimento de uma verdade única, sem o debate democrático de ideias, o desrespeito pelas mulheres e que foram ainda mais intensificados na pandemia, como Pedro Pinto de Oliveira (2021, p. 118) destaca:

O apelo à violência, ao autoritarismo, não deu conta de sustentar a fraqueza da falta de comando no enfrentamento à pandemia. Os brasileiros mortos pela Covid-19 foram reduzidos pelo presidente a um estorvo político. A grave doença foi reduzida às comparações individualistas de um ex-militar com histórico de saúde de atleta (OLIVEIRA, 2021, p.118).

Foi um momento que mais havia necessidade do governo, para guiar, mostrar a direção, oferecer suporte na saúde, mas ao invés disso houve, além das mortes ouvir e conviver com as ideias e ações do presidente, e pior ainda com a população que o seguia e o tinha como um guiado por Deus na Terra.

Vera França em sua análise nos posiciona:

O cenário é tenebroso. De um lado, uma pandemia que assola o mundo e nosso país. De outro, o desgoverno brasileiro, marcado pela inércia, pela insensibilidade e pelo cinismo. Os números são assustadores; nas estatísticas mundiais, o Brasil ocupa o segundo lugar, vice-campeão de contaminação e de mortes, com riscos de ficar no topo da lista. Na imprensa internacional, somos falados como “desastre mundial”, “perigo para o mundo”. Nesse contexto, e estando o país há mais de dois meses sem ministro da Saúde (assumiu o interino, um militar com experiência em logística), o presidente fala em “gripezinha”; banaliza as mortes (“e daí?”); desrespeita as vítimas (“vamos todos morrer um dia”). (FRANÇA, live, agosto de 2020) (CICLO..., 2020).

Naquele momento, o presidente não combatia a pandemia, mas as medidas preventivas, ficando contra as tentativas de administrar a doença por parte dos governos estaduais, ao mesmo tempo não utilizava máscaras e não mantinha o isolamento social, influenciando outras pessoas na transmissão da doença, assim desde o primeiro momento, Bolsonaro tratou da pandemia apenas como um confronto político e ideológico (OLIVEIRA, PORTARI, 2022). Esse, infelizmente, era o cenário no país.

Bolsonaro mencionava que somente os improdutivos, velhos ou pobres iriam morrer, deixava claro que eles poderiam ser substituídos, e que suas vidas não tinham valor, sendo que essa era a população que não conseguiam fazer o isolamento, pelas condições de moradia

com poucos cômodos, sem ventilação, e sem tratamento de água e esgoto e ainda, essa era a população que era obrigada a continuar trabalhando pelo sustento diário. (OLIVEIRA, PORTARI, 2022). Naquele momento era um sentimento de raiva todas as vezes que eu ouvia o presidente tratar da vida de um ser humano como algo descartável, sem valor, para todo o mundo que estava sofrendo com suas perdas.

2.1.2 Um durante e após pandemia

No momento mais crítico da pandemia foram ouvidas diversas teorias, teses sobre como seria depois que tudo passasse, era tudo o que havia, falar sobre o futuro, na esperança de que as vidas iriam voltar ao normal e de que a tristeza chegaria ao fim. Quando o número de mortes começou a diminuir (triste escrever essas palavras) e as pessoas começaram a serem vacinadas, houve uma retomada na abertura dos lugares. Esta tese atravessou dois momentos da pandemia, o seu pico e seu declínio, nesse momento se aborda um pouco sobre esses dois momentos.

No auge muitos hostels fecharam “as portas” e outros conseguiram continuar trabalhando com apenas uma porcentagem permitida, os que continuaram, todos, tiveram que se reinventar, e ainda, estão nesse processo. Carlos Beni (2011) menciona que o turismo, mais do que qualquer outro setor dentro do segmento de serviços, apresenta grande sensibilidade a toda alteração situacional.

Quando se estava vivenciando o declínio, a mídia intensificou a divulgação de lugares turísticos “seguros” para viajar, alto índice de pessoas vacinadas, baixo número de mortalidades, população local tomando as devidas medidas preventivas, tentando “recuperar os turistas” influenciando que viajassem. Grande quantidade de imagens utilizadas nas comunicações turísticas confirma que este recurso imagético se tornou o principal suporte estratégico para os enunciadores midiáticos. Não só com objetivo de materializar os destinos turísticos, mas também manter e (re) elaborar imaginários (MELLO, 2015).

Dados apontam que a retomada do turismo aconteceria em três fases: 1ª fase: as famílias começariam a viajar utilizando transporte individual para destinos próximos às suas cidades de origem; 2ª fase: iniciarão as viagens domésticas, principalmente, para destinos que tenham ambientes abertos, evitando a aglomeração e ambientes fechados, um dos destinos mais procurados será o litoral; 3ª fase: retorno às viagens internacionais e de turismo de eventos, que dependerá da imunização da população (TOMÉ, 2020). E hoje, no ano de 2022,

observa-se que a sociedade tem passado por essas etapas, e acrescenta-se aqui a fase Virtual, que continua sendo utilizada no cotidiano e que foi usada intensamente durante o isolamento social, sendo tendência que ainda se mantém nas *lives*, reuniões através de aplicativos que conseguem dar suporte as empresas, universidades e pessoas. Este tem sido um facilitador das distâncias, do tempo e também na economia nos descolamentos e até mesmo em aluguéis, em vista que muitas pessoas continuam trabalhando em sistema home office.

Como menciona Carlos Beni (2005), é fato o turismo estar ligado, praticamente, a quase todos os setores da atividade social humana e para Tribe (1997) o turismo pode ser entendido para envolver vários fenômenos. Assim, como pensar em um turismo que seja seguro, que se possa ter o contato com o próximo, e pensando como uma estrangeira, como visitar um país em que o próprio presidente nega e debocha de uma pandemia mundial.

Com base em estudos mais aprofundados sobre o turismo se faz um recorte sobre suas principais teorias para que seja possível entender melhor qual é o presente e qual será o futuro dessa atividade. Hobsbawn (1982), em uma visada materialista histórico-dialética, menciona que um dos fatores para o impulso do início da atividade turística se iniciou no século XIX, com o começo do capitalismo industrial em alguns países da Europa, acompanhado da “construção de grandes troncos ferroviários”. Harvey (1993) traz que a abertura do Canal de Suez, a fotografia e, mais tarde, o automóvel como acontecimentos marcantes na “diminuição do mundo”, com os espaços vazios dos mapas sendo preenchidos cada vez mais e com a possibilidade de informações serem transmitidas com mais rapidez.

Outro fator está ligado à configuração das relações de trabalho no modo de produção capitalista, surgindo assim o sistema assalariado, resultando na mudança da questão do tempo de trabalho e tempo livre, esse tempo livre se transformou- ainda mais com o descanso semanal e as férias pagas, assim o turismo de massa é incentivado, já que o trabalhador tem a possibilidade de viajar nas férias (CORBIN, 2001). Temos ainda, o invento dos transportes aéreos, que diminuiu a duração do tempo nas viagens, bem como a chegada da internet que também facilitou a troca de informações sobre os destinos.

Oliveira (2001) traz que as palavras *tourism* e *tourist* são de origem inglesa e já havia registros em documentos na Inglaterra que datam o ano de 1760. Hayakawa (1963, p.16) discute o turismo em dois pontos: o do viajante, este realiza uma “viagem ou excursão por prazer, a locais que despertam o interesse” e o do sistema econômico, que define o turismo como um conjunto dos serviços necessários para que possa haver condições para que a atividade seja praticada, entre esses estão os guias, o transporte, a hospedagem, entre outros serviços necessários.

Em 1994, a Organização Mundial de Turismo (OMT), chegou a uma definição: “O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (OMT, 2001, p. 38)”. Diversas são as definições sobre essa atividade, mas o fato principal de todas essas definições é que nenhum menciona essa atividade sem os contatos humanos e sem o movimento para lugares.

Beni (2012) menciona que é uma atividade socioeconômica, cultural e ambiental, motivada pela interação entre turistas, comunidade local e o ambiente. Em função de todos esses aspectos, Montejano (2001) argumenta, por sua vez, que o fenômeno turístico é uma atividade humana fundamentada em disciplinas relacionadas com as Ciências Sociais e Humanas, conectado inteiramente com o tempo livre e com a cultura do lazer. Porém, diante desse acontecimento mundial, a pandemia é necessário uma reflexão e, talvez, uma mudança nessas ideias centrais do turismo.

Ao refletir sobre possíveis manifestações do turismo, neste contexto pandêmico, os espaços virtuais ou das mobilidades imaginativas (ELLIOTT & URRY, 2010; URRY, 2000) ganham maior centralidade, em contraste com a impossibilidade dos fluxos turísticos convencionais. As viagens imaginativas, proporcionadas pelas imagens dos lugares e as viagens virtuais, ultrapassam distâncias geográficas e sociais, no bojo de múltiplos sistemas e regimes de mobilidade (ELLIOTT & URRY, 2010).

Entretanto é importante enfatizar que a esta análise nesta pesquisa se trata de um modo de turismo compartilhado, presencial, do espaço dividido, de relações pessoais, sendo essa a potência do hostels, sendo essa a prática afetada pelo acontecimento que atravessou a vida das pessoas, turistas e donos dos hostels e da própria prática desse fazer turismo.

Alguns autores mencionam um novo perfil do Turismo, enquanto cultura, que está relacionado ao equilíbrio no consumo, diversos atrativos mundiais vêm sofrendo o impacto do turismo de massa, sem um planejamento voltado para a sustentabilidade dos lugares e das populações locais, Everingham e Chassagne (2020) ressaltam que esse momento fará o turismo ser repensado, a partir do atual modelo do hiperconsumo e, para Mostafanezhad (2020), as necessidades de mudança do comportamento do turista e do “novo normal” são urgentes. Zenker e Kock (2020) acreditam que, após tais reflexões, haverá menor quantidade de viagens internacionais e maior fluxo nos destinos próximos às residências dos turistas.

Diante dessa ideia dos autores, analisa-se nesse momento temporal de corte desta pesquisa, o ano de 2022, essa realidade que já está acontecendo nesses destinos. Atualmente, o trabalho a ser realizado é como não impactar esses destinos regionais com o fluxo intenso

de turistas, destinos ainda, mencionando o estado de Mato Grosso, muito embrionários, trabalhando em sua maioria com um turismo sem planejamento, visão, missão e valores.

Em função desse retorno é necessário um planejamento sustentável para a atividade. “Se a individualização é diferenciação, segregação, unificação, qualificação, ela é também estruturação, integração, resolução de tensões e de contradições” (QUÈRÈ, 2011). Essas tensões, nos lugares turísticos interioranos, devem ser pensadas com planejamento, para que esses fluxos não causem impacto negativo nessas localidades e que não modifique a cultura das populações locais, mas que seja uma ferramenta para o seu fortalecimento e preservação, consolidando como um atrativo turístico, gerando renda, dignidade, preservação e valorização.

Uma dessas mudanças, no olhar do turista, é que ele passou a observar mais os atrativos regionais, estaduais e nacionais, intensificando o turismo doméstico, tornando uma tendência durante a pandemia. Segundo Barbosa (2020), com a suspensão de viagens e o fechamento de fronteiras ao redor de todo o Planeta, a atividade turística se torna inviável, não havendo possibilidade de que pessoas se desloquem para outros lugares para atividades de consumo em locais diferentes de suas áreas de residência. Buscando mais viagens com transportes próprios com destino a lugares mais isolados, geralmente, ligados à natureza. E isso foi exposto na pesquisa²² realizada pela SEDEC, os matogrosseses foram os que mais se deslocaram no estado.

Esse “novo turista”, que foi afetado pela pandemia, 65,1% concordam que haverá uma maior preocupação com as medidas de segurança nos destinos; 46% terão mais atenção em relação aos controles das doenças do destino; 43,1% aumentarão o interesse por conhecer o sistema sanitário do destino; 51% seguirão provando a gastronomia do local; 48% seguirão tendo interesse em se relacionarem com a população local; 67% têm a intenção de seguirem viajando com a mesma frequência de antes; 61,3% manterão as viagens internacionais e 65% farão turismo interno. As viagens planejadas por brasileiros parecem que não serão afetadas pela crise sanitária, seguiram mantendo interesse pela cultura e gastronomia local, mas serão mais exigentes com a qualidade do alojamento e os sistema do destino, aumentando-se o gasto em preparar uma viagem mais segura, mas os destinos não serão muito afetados (GASTAL, 2020).

Diante desse novo contexto, e ainda, poucas pesquisas relacionadas sobre o tema, situa-se o turismo no âmbito do acontecimento que faz falar sobre a pandemia. E com esta

²² Pesquisa nacional de avaliação da qualidade dos serviços turísticos de Mato Grosso (2022). Disponível em: <http://www.sedec.mt.gov.br/-/13873091-boletins-e-pesquisas>

tese se quer que esse grupo de hosteleiros, desassistidos pelo governo, possa ter seu momento de fala através deste trabalho. Este capítulo mostra a relação entre acontecimento, a partir da ideia de França e Quèrè, e a atividade econômica, social e cultural do turismo e a experiência dos indivíduos, enquanto turistas, sobre o impacto da pandemia de Covid-19. Um recorte dentro de um dos segmentos do turismo, talvez, o mais impactado, que são os meios de hospedagem, e, ainda mais intenso dentro de uma tipologia que se baseia no contato entre os hóspedes, os hostels, as estratégias comunicativas dos proprietários de buscarem alternativas para que os seus negócios e os impactos na própria cultura do turismo e dos Hostels. E sobre essa atividade do fazer turismo, em específico, que se trata mais detalhadamente no capítulo seguinte.

Erving Goffman menciona que se deve buscar uma “definição da situação”, e os que estão envolvidos nessa, geralmente, não a criam, sendo a sociedade que acaba fazendo. Ou seja, a orientação é dada a partir de cada contexto social. Cabe aos pesquisadores trazer a luz essas situações, escutar os que precisam falar, ver os que precisam ser vistos, trazer para a realidade mesmo que seja difícil neste momento pandêmico, pois a vida social é insuficientemente duvidosa e suficientemente absurda para não necessitarmos almejar mergulhá-la ainda mais na irrealidade (GOFFMAN, 2012).

William James (1945) faz uma análise sobre o senso de realidade, que significa a relação com a vida ativa e emocional, sendo a realidade subjetiva e o que estimula o interesse é real, esse tem uma relação pessoal, e existem diversas ordens de realidades que os autores chamam de “subuniversos”, como o mundo da ciência, o mundo da opinião individual etc. Acrescenta-se nesses “subuniversos” um mundo atual, nunca antes vivido “o mundo pandêmico”, que está intensamente vinculado com a vida pessoal e social, esse mundo estimula a cuidar rigorosamente de saúde (uso de álcool gel, alimentação etc.), traz emoções à tona ao ver pessoas próximas ou até mesmo ver os noticiários com registros de milhares de pessoas morrendo, preocupações relacionadas ao dinheiro/trabalho, situações que chocam, entristecem, estimulam todos os sentidos e mudam o olhar sobre o mundo pessoal e o mundo do outro.

Erving Goffman (2012) ressalta que esses mundos devem ser olhados não como um “faz de conta”, mas como algo que modifica a visão cotidiana, que possui regras e parte da seguinte pergunta: “O que é que está acontecendo aqui?”, e menciona um problema, em relação à perspectiva, quando os papéis dos que participam são diferenciados com visões diferentes. Eu, Débora, pesquisadora e alberguista, frequento os *hostels* há mais de 19 anos, e me apaixonei por essa hospedagem, a partir da primeira estadia, e foi por ser uma

hospedagem de baixo custo e que me proporcionava viajar sozinha que pude conhecer todas as regiões do Brasil entre outros países, mas eu nunca fui proprietária de um.

Sempre se acreditou que a cultura do hostel deve ser valorizada pelo governo brasileiro, como é em outros países, e que os brasileiros precisam conhecer mais para evitar as diversas falas preconceituosas que são ouvidas ao longo desses anos. De acordo com Erving Goffman (2012), falar de algo que acontece diante dos olhos dos observadores significa se situar em terreno mais firme do que é habitual nas ciências sociais; contudo, o terreno é ainda movediço e continua de pé a questão crucial de como se chegou a um aparente acordo a respeito da identidade do “algo” e da abrangência da expressão diante dos olhos.

E “diante dos olhos” desta pesquisa se tem um terreno movediço, a pandemia Covid-19, que traz um legado de transformações e ainda impõe uma adaptação em todos os lugares do Mundo. Sobre a vida dos proprietários dos hostels houve uma afetação nas emoções, na economia dos hostels, trouxe incertezas, fez traçar novas estratégias, mudança de olhar sobre o turista e diante desse cenário eles precisavam ser ouvidos.

Assim, esta pesquisa trata da “organização da experiência (...) da estrutura da experiência que os indivíduos têm em qualquer momento de sua vida social” (GOFFMAN, 2012). A hospedagem faz parte dos serviços que compõem o turismo, sendo que esse talvez mereça atenção mais cuidadosa, pois envolve primeiramente higiene básica, além do ambiente de descanso, no qual o turista busca conforto, para se recompor do cansaço das atividades realizadas em um ambiente que proporcione maior contato com pessoas e com a cultura local em um ambiente com padrões de qualidade.

2.2 ENQUADRAMENTO

Nesta seção são abordadas as noções de Erving Goffman de enquadramento, conceito operador de análise, que possui como foco reflexões acerca das maneiras de como é possível, a cada indivíduo, identificar a situação perante a qual se encontra em presença. Esse conceito, de acordo com Mendonça e Simões (2012), foi retomado como uma ferramenta teórica apta a captar a dimensão simbólico-interpretativa das relações sociais, já se estudaram objetos tão múltiplos como campanhas políticas, *reality shows*, grandes eventos públicos, movimentos sociais e conversas informais, considerado rico e bastante maleável, a noção parece se adaptar a diferentes problemas de pesquisa, embasando abordagens metodológicas distintas.

O objetivo de Goffman não é o de investigar grandes estruturas e sistemas sociais, mas sobre as pequenas interações cotidianas que organizam a experiência dos sujeitos no mundo. Assim, ao interpretar uma situação o indivíduo se depara com uma indagação primeira: “o que está acontecendo aqui?”. Em desdobramento se fez, neste segmento, algumas aproximações do conceito com o contexto contemporâneo da pandemia; o turismo e os indivíduos na situação problemática: os empresários do setor no qual se situa o foco da pesquisa. Erving Goffman (2006, p. 11) define o enquadramento do seguinte modo:

Parto do princípio de que as definições de uma situação são construídas de acordo com princípios de organização que governam eventos – pelo menos os sociais – e o nosso envolvimento subjetivo neles; enquadramento é a palavra que eu uso para referir-se a um destes elementos básicos, tais como sou capaz de identificar. Esta é minha definição de enquadramento. Minha expressão análise do enquadramento é um slogan para referir-me, nesses termos, ao exame da organização da experiência (GOFFMAN, 2006, p. 11).

Para Goffman, o indivíduo é visto como alguém dotado de percepções, com uma possibilidade de que essas serem exatas em termos de quadro e outra possibilidade de serem errôneas, enganosas ou ilusórias. O indivíduo também age, tanto verbal como fisicamente, com base nestas percepções, o enquadramento da atividade, por parte de um indivíduo, estabelece o sentido desta atividade para ele. Assim, o quadro organiza, mais do que o sentido, organiza também o envolvimento, e durante a atividade os participantes, normalmente, não só adquirem um sentido do que está ocorrendo, mas também ficarão (em certo grau) espontaneamente absorvidos, cativados, fascinados.

A noção *goffmaniana* traz a ideia inicial que na sociedade, quando um indivíduo reconhece um determinado acontecimento, ele tende, seja qual for sua atividade, a se envolver nessa resposta e usa uma ou mais formas de interpretação que podem ser chamadas de *forma primária*, que convertem em algo significativo e alteram o grau de organização e “permite a seu usuário localizar, perceber, identificar e etiquetar um número aparentemente infinito de ocorrências concretas, definidas em seus termos” (GOFFMAN, 2012 p.45).

Nesse sentido, quando um indivíduo se insere em uma situação, é preciso compreender qual é o quadro que a conforma e, conseqüentemente, qual o posicionamento que deve adotar perante esse (MENDONÇA; SIMÕES, 2012). Assim, Goffman define *frame* como o conjunto de princípios de organização que governam acontecimentos sociais e o envolvimento subjetivo nesses, e que na maioria das situações, muitas coisas diferentes estão acontecendo ao mesmo tempo, mas é possível isolar alguns dos quadros básicos, de acordo com a cultura,

com o objetivo de compreender a organização da experiência, caracterizando-os em quadros, começando pelos quadros primários (GOFFMAN, 1986, p. 9-10-11).

Dessa forma, é possível "situar, perceber, identificar e rotular um número quase infinito de ocorrências concretas definidas em seus termos". Ainda, os quadros primários são construídos e modificados social e contextualmente, constituindo um elemento fundamental da existência entre dois ou mais sujeitos humanos ou consciências individuais de uma coletividade (*Idem*, p. 21).

O esquema primário, então, é o "primeiro conceito que necessitamos" (GOFFMAN, 2012, p. 49) e os atos da vida cotidiana são compreensíveis, em função desses esquemas, que informam sobre o que está acontecendo. Tomados em conjunto, os esquemas primários de um determinado grupo social constituem um elemento central de sua cultura, suas relações entre si e a soma das forças. Assim, Goffman (2012, p. 45 explica que:

[...]Quando um indivíduo reconhece um determinado acontecimento, ele tende, seja qual for sua atividade, a envolver nesta resposta (e de fato a usar) um ou mais esquemas ou schemata de interpretação, de um tipo que podemos designar como primário. (...) esquema primário permite a seu usuário localizar, perceber, identificar e etiquetar um número aparentemente infinito de ocorrências concretas, definidas em seus termos. Provavelmente esse usuário não terá consciência de tais características organizadas que o esquema tem..." (Goffman 2012, p.45)

O autor sugere que certa ocasião da vida cotidiana, o indivíduo não terá uma reflexividade densa sobre o acontecimento social no qual está inserido, esse esquema primário pode ser observado até mesmo em um simples almoço de domingo com a família, tendo ouvido relato de algum acontecimento e, logo em seguida, a opinião sobre o ocorrido, condição que faz com que toda a família se envolva e cada um expresse a sua visão, situação que pode gerar atritos, o que acontece na maioria das famílias, ou esse mesmo tipo de situação pode gerar um entendimento e esclarecimento sobre o fato, interação ou não.

A experiência e o enquadramento andam juntos e se complementam, sendo o enquadramento o envolvimento do sujeito com uma dada situação, o autor foca no problema de como os indivíduos usam dos enquadramentos como estruturas cognitivas que são essenciais para a sua percepção e circulação pelas diferentes realidades sociais com as quais tomam contato. Sendo a análise de quadros "[...] um slogan para referir-me ao exame, nesses termos da organização da experiência" (GOFFMAN, 2012a, p. 34).

Uma consideração geral que o autor posiciona é que enfatizar que as perspectivas primárias, sejam essas naturais ou sociais, acessíveis aos membros sociedade, afetam um número maior de pessoas do que apenas os participantes de uma atividade; os espectadores que se limitam a observar estão também profundamente envolvidos (GOFFMAN, 2012). Há

um ciclo de envolvimentos, no qual raramente se consegue fazer essa separação “difícilmente podemos olhar alguma coisa sem aplicar um esquema primário, tecendo assim conjecturas sobre o que ocorreu antes e expectativas sobre o que provavelmente vai ocorrer agora” (GOFFMAN, 2012, p.64-65).

Corroborando com Ricardo Fabrino Mendonça e Paula Guimarães Simões (2012), quadros não são puramente perspectivas ou opiniões, mas laços intersubjetivos que atravessam relações humanas e as estruturam, sem desconsiderar que possam ser mobilizados estrategicamente, é preciso ter em mente que quadros são estruturas simbólicas que conectam atores sociais e são por esses transformados.

2.3 O TOM

Goffman (2012, p.67) aponta que dentro dos esquemas primários existem “keys”²³, ou na versão brasileira como “tons”, que podem ser modulados entre si, esses abundam, o homem pode “*encenar* uma luta de acordo com um roteiro, ou *fantasiar* uma luta, ou descrever uma luta retrospectivamente, ou analisar uma luta e assim por diante” (GOFFMAN, 2012 p.72), nesta ideia dramaturgica das interações sociais.

As definições de tonalização são: a) uma transformação sistemática por meio de materiais já significativos de acordo com um plano de interpretação; b) que os participantes na atividade saibam e reconheçam claramente que está em andamento uma alteração sistemática, que reconstituirá radicalmente aquilo que para eles está acontecendo; c) existirá à disposição dicas para situar quando a transformação deve iniciar e quando deve finalizar; d) não se limita aos acontecimentos percebidos dentro de algum tipo determinado de perspectiva; e) a sistemática mudança que alguma tonalização colocada pode modificar somente ligeiramente a atividade assim transformada, mas modifica totalmente aquilo que um participante diria que está acontecendo.

O tom é da forma da comunicação. Isso pode ser visto de modo mais evidente na comunicação face a face, ou na comunicação em que a gente tem a imagem do indivíduo em performance. Seus entrevistados também dão o tom em palavras, recortam a emoção em

²³ Com o termo “key” (= tom), Goffman faz alusão à música, principalmente, a diferenciação harmônica entre tonalidades (p. ex.: Dó maior, Ré menor etc.). Entre as tonalidades é possível fazer “modulações” que organizam a mudança de uma tonalidade a outra. Nesta tese, entende-se como uma mudança na tonalidade da vida dos hoteleiros, em função da pandemia.

palavras. Mais difícil de ver, mas o tom está lá. É um “conjunto de convenções pelas quais uma dada atividade, já significativa em termos de algum esquema primário, é transformada em algo pautado sobre esta atividade, mas visto pelos participantes como algo muito diferente” (Goffman 2012, p.71). Quando se observou os hostels fechando, sabia “o que estava realmente acontecendo ali” não era porque eles não tinham qualidade e nem procura, mas sim porque a pandemia estava agindo negativamente sobre esses.

O autor ressalta que quando se obtém uma resposta no campo de uma atividade, o tempo desempenha um papel importante, já que os acontecimentos dramaticamente relevantes se desdobram ao longo do tempo e envolvem suspense, ou seja, uma expectativa inquieta do resultado. O acontecimento que faz falar sobre o sofrer/reagir diante da pandemia, que está se desdobrando desde 2019, envolveu primeiramente o suspense e a inquietação fortemente relacionados com a descoberta de uma vacina, a sua distribuição, aplicação e, atualmente, a sociedade vivencia a sua eficácia.

Relacionando ao turismo, Hernández Martín (2020) menciona um fator modulador na incidência da crise do turismo, que é a capacidade das sociedades enfrentarem a mudança, tanto as regiões emissoras de turistas como destinatários. No caso das regiões emissoras, a adaptação do viajantes aos novos requisitos de segurança exigirão um esforço. No caso das regiões receptoras, a sociedade terá que se adaptar às novas regras, incluindo certo aumento do risco associado ao acolhimento de viajantes.

No entanto, o turismo também terá de ser integrado, de forma mais clara, no contexto das necessidades sociais, respondendo aos desafios percebidos desde antes da crise, como a regulação consensual do aluguel por temporada, a gestão do turismo de massa e, em última instância, a contribuição do turismo ao bem-estar econômico, social e ambiental. Quando a resposta é dada em termos de quadro, o tempo tende a se diluir ou desaparecer, já que a mesma designação pode igualmente cobrir um período curto ou um período longo de uma atividade e os desenvolvimentos dentro ssa podem ser desconsiderados, que as ações enquadradas inteiramente em termos de esquemas primários são reais ou efetivas, que estão ocorrendo realmente ou efetivamente ou literalmente.

Com o efeito, o real ou que está acontecendo efetivamente se assemelha bastante a uma mistura que contém acontecimentos percebidos dentro de uma perspectiva primária e, também, acontecimentos transformados, quando estes são identificados em termos de seus status enquanto transformações (GOFFMAN, 2012). Diante desta pesquisa, os aspectos primários, infelizmente, foram as milhares de mortes ocorrendo em todo o Mundo e, logo em

seguida, a obrigatoriedade de se adaptar e transformar diante da situação problemática: o sofrer e (re)agir diante do acontecimento pandemia.

Assim como a pandemia transformou a sociedade, o emprego, a higiene, o contato social etc., a sociedade também transformou a pandemia por meio da cura, vacina, conhecimento, investimentos em ciência etc. “O relato de um acontecimento e sua documentação não só são vistos como reduções ou abstrações do original, mas são entendidos também como capazes de influenciar ocorrências posteriores da coisa real” (GOFFMAN, 2012, p.113).

O acontecimento é real são coisas que ocorrem, que se passam. Tal abordagem é mais sensível a essa extensão que chamo real ou existencial, como eventos que existem (QUÉRÉ, 2011). Por isso, deve-se tratar das retransformações tanto quanto das transformações, e não pode haver limite óbvio ao número de retonalizações a que pode estar sujeita uma determinada faixa de atividade, sendo admissíveis múltiplas retonalizações (GOFMAN, 2012). “La verdad es que no existen situaciones pasadas que puedan tomarse como referência para construir escenarios”²⁴ (MANTECÓN, 2020, p. 19).

Alejandro Mantecón (2020) mencionou que, no ano de 2020, as previsões turísticas para o mesmo ano foram modificadas várias vezes desde o início da crise sanitária, mas três questões parecem centrais: a evolução da pandemia, a gestão das restrições de mobilidade e a disponibilidade financeira dos turistas. E, atualmente, no ano de 2022 é possível mencionar essa ideias, vivenciando, ainda, em menor intensidade, as mortes, as restrições da mobilidade, principalmente, para viagens internacionais e a questão financeira, o alto custo para a realização de uma viagem nacional ou internacional e, ainda, alguns turistas que não se sentem seguros para a prática da atividade. “El futuro está abierto y las oportunidades para corregir inercias y reorientar el rumbo de la vida en sociedad se perciben más tangibles.”²⁵(MANTECÓN, 2020, p. 19).

Para Alejandro Mantecón (2020, tradução nossa), a crise sanitária causada pela Covid-19 colocou o turismo diante de um espelho de ampliação que destaca as falhas escondidas, e que se deve esperar para ver se as emergências econômicas servirão para deixar um espaço para enfrentar os desafios pendentes ou se, pelo contrário, a pandemia é usada como desculpa para persistir na inércia de curto prazo. Dentro dessas questões relacionadas ao turismo está, principalmente, a questão ambiental, destinos turísticos que são degradados pela intensidade

²⁴ “A verdade é que não existem situações passadas que possam ser tomadas como referência para construir cenários” (tradução nossa).

²⁵ “O futuro está aberto e as oportunidades para corrigir a inércia e reorientar o curso da vida em sociedade são percebidas como mais tangíveis.” (tradução nossa)

do fluxo turístico e que diante da pandemia é possível observar a recuperação desses ambientes naturais, que não estavam sendo visitados pelo turista.

E diante desta pesquisa existe um meio de hospedagem que, no Brasil, não possui visibilidade perante os órgãos competentes da área, e que se mostraram mais diante da pandemia através das *lives*.

O tom pode traduzir apenas aquilo que já é significativo em termos de um esquema primário, não opera somente sobre algo definido em termos de um esquema primário, mas antes sobre uma tonalização dessas definições, e o esquema primário é necessário estar presente, se não, não haveria conteúdo para a retonalização e é a tonalização desse esquema que compõe o material que é transposto (GOFFMAN, 2012).

Assim se tem, primeiramente, o tom da pandemia que para Hernández Martín (2020) não pode ser entendido, de forma estática e exógena, pois existem fatores endógenos no turismo que são chamados a modular seus efeitos: as políticas das administrações públicas em seus diferentes níveis de atuação; adaptação e inovação no setor de turismo privado; e a capacidade de adaptação das sociedades a esta nova realidade.

Sendo que, no início da pandemia, Hernández Martín (2020, tradução nossa) menciona que as políticas públicas foram, e ainda são, fundamentais na primeira fase da crise, pois foram essas que poderiam mitigar o impacto inicial e direto na vida da população e contribuir para a manutenção do pulsar vital das empresas e autônomo, ainda, olhando para a transição e recuperação, a ação pública também será importante por sua capacidade de ativar estímulos ao setor, adequar e melhorar a imagem do destino, bem como estabelecer e fazer cumprir os protocolos de segurança na origem e destino necessários, adaptando-os às necessidades do momento (higiene, eventos de massa, distanciamento social, etc.). As administrações públicas têm um papel central no enfrentamento da crise sanitária, em regular a mobilidade, em evitar, modular e distribuir o impacto da crise e se verá, mais adiante, como ocorreu essa relação entre os hosteleiros e as políticas públicas.

2.4 A ANCORAGEM

Goffman (2012a, p. 10) define por quadros de relevância “uma coletividade de definições de situações que governam eventos sociais e o envolvimento subjetivo neles”, chegando no conceito de ancoragem o convite aos enquadramentos iminentes de uma interação de “emolduramento de experiência à cena”. E se trata como o emolduramento da

fala dos hosteleiros, em vista que não se pode, todavia, “emoldurar” a pandemia por se tratar de algo que ainda está em curso, “[...] nas narrativas engendradas pelos *frames* que se fortalecem as crenças sobre o funcionamento do mundo.” (GOFFMAN, 2012a, p. 15).

Diante da compreensão que eles têm daquilo que está acontecendo, os indivíduos adaptam suas ações a essa compreensão e, em geral, descobrem que o Mundo em curso da sustentação a essa adaptação, assim se tem essas premissas organizacionais, apoiadas na mente quanto na atividade como um quadro (GOFFMAN, 2012).

Raúl Hernández, (2020) menciona que a crise derivada da Covid-19 está trazendo mudanças no comportamento do turista e essas mudanças devem ser percebidas, pois para o autor, o turista possui uma memória frágil e seletiva, mas diante desse cenário catastrófico haverá efeitos permanentes a médio e longo prazo, sendo possível então pensar em um cenário com mudanças de comportamento.

Dentro dessas mudanças podem ser destacadas as preferências dos consumidores por determinados tipos de alojamento, transporte ou restauração, ou por determinados tipos de destino em detrimento de outros e, ainda, o período de isolamento social pode gerar um aumento do desejo por experiências vitais com um forte componente social que atuaria a favor da recuperação turística. Diante disso, a atividade interpretada pela aplicação de regras particulares e que induz ações de adequação por parte do intérprete, em resumo, a atividade que organiza a matéria para o intérprete se encontra, essa mesma localizada no mundo físico, biológico e social. Tratando assim de um mundo real e não de um mundo cênico (GOFFMAN, 2012)

Analisar a modalidade de ancoragem para uma atividade cotidiana, ou situar no tempo e o espaço de uma função que transcende um episódio particular aqui é tratado como os marcadores pontuados por Goffman. “Estes marcadores, tal como moldura de um quadro, presumivelmente não fazem parte nem do conteúdo da atividade propriamente dita nem tampouco do mundo externo à atividade, mas antes ambas as coisas, internos ou externos, uma condição paradoxal [...]” (GOFFMAN, 2012a, p. 312). Podendo ser analisadas de acordo com o autor por parênteses externo, que são o início e o fim dos assuntos considerados por um grupo pertencente aos acontecimentos oficiais internos e o parêntese interno está relacionado a um ciclo particular.

“A colocação entre parênteses torna-se uma questão óbvia quando a atividade que está para ocorrer é em si frágil ou vulnerável em relação à definição e suscetível de produzir tensão de esquema.” (GOFFMAN, 2012a, p. 316). Existe diante dos olhos essa fragilidade de acontecimento, que traz até mesmo para os pesquisadores essa fragilidade ao analisar esse

momento que afetou a população mundial, e o foco para esta pesquisa foi além da atividade turística, sendo exposto também o envolvimento de seres humanos que trabalham no turismo.

A recuperação no trabalho do setor privado será enorme, e é aí que a criatividade e a inovação serão muito necessárias, pois que a crise também abre janelas de oportunidade para além do trabalho usual ou normal, a crise abre uma etapa de transformação individual e coletiva do setor de turismo cujo alcance dependerá da gravidade das dimensões: sanitárias, de mobilidade, econômica e a mudança do comportamento dos turistas (MARTÍN, 2020, tradução nossa).

Relacionando a inovação e a mobilidade se tem um longo período histórico, que para César Sar Rivera (2020, p.83) foi assim:

Un viaje es la acción de trasladarse de un lugar a otro por distintos motivos y, generalmente, se asocia con distancias relativamente largas. Los humanos comenzamos siendo nómadas en busca de la mejor caza para subsistir. Durante miles de años lo hicimos por necesidad y utilizábamos nuestras piernas como único modo de locomoción. Éramos cazadores recolectores y, por lo tanto, viajeros. No deseo ser muy exhaustivo con los orígenes del ser humano, aunque sí es importante no perder de vista nuestra historia para entender el presente. La domesticación de los últimos animales - los dromedarios en Arabia hace 6.500 años y los caballos en Asia central unos 5.000 años atrás - permitió al ser humano moverse más rápido y más lejos. Prácticamente a la par, cuando los Kazajos domesticaron a los primeros équidos y se movieron sobre ellos, los egipcios comenzaron a utilizar embarcaciones para desplazarse por el Nilo. Lo hacían a remo, en hileras de personas que usaban la fuerza para lograrlo. Después llegaron las velas y otros pueblos fueron mejorando el método. Fenicios, griegos y romanos surcaron las aguas del Mediterráneo, cuando ya habíamos dejado de ser cazadores recolectores para convertirnos en sedentarios agricultores. Desde ahí fuimos siempre a más. Aunque los motivos de nuestros viajes fueron variando a comerciales y bélicos, nos afanamos por descubrir más mundo y comprobar que no estábamos solos. Pero tuvieron que pasar varios miles de años antes de que pudiéramos, además de movernos por tierra y agua, hacerlo por el aire. Gracias a los estadounidenses hermanos Wright en 1903 y al brasileño Santos Dumont en 1906, comenzamos a movernos por los cielos de manera controlada. ²⁶(RIVERA, 2020, p.83).

²⁶Uma viagem é a ação de se deslocar de um lugar para outro por diferentes motivos e, geralmente, está associada a distâncias relativamente longas. Os humanos começaram como nômades em busca da melhor caça para sobreviver. Por milhares de anos fizemos isso por necessidade e usamos nossas pernas como único meio de locomoção. Éramos caçadores-coletores e, portanto, viajantes. Não quero ser muito exaustivo com as origens do ser humano, embora seja importante não perder de vista a nossa história para compreender o presente. A domesticação dos últimos animais - dromedários na Arábia há 6.500 anos e cavalos na Ásia Central há cerca de 5.000 anos - permitiu que os humanos se movessem mais rápido e mais longe. Quase ao mesmo tempo, quando os cazaques domesticaram os primeiros equinos e avançaram sobre eles, os egípcios começaram a usar barcos para descer o Nilo, fazendo-o a remo, em filas de pessoas que usavam a força para o conseguir. Mais tarde, chegaram as velas e outros povos foram melhorando o método. Fenícios, gregos e romanos cruzaram as águas do Mediterrâneo, quando já havíamos deixado de ser caçadores-coletores para nos tornar agricultores sedentários. A partir daí, sempre fomos mais longe. Embora os motivos das nossas viagens tenham mudado para comerciais e bélicos, procuramos descobrir mais do mundo e verificar que não estávamos sozinhos. Mas levou vários milhares de anos até que pudéssemos, além de nos mover na terra e na água, mover-nos pelo ar. Graças aos irmãos Wright americanos em 1903 e ao brasileiro Santos Dumont em 1906, começamos a nos mover pelos céus de forma controlada. (RIVERA, 2020, p.83)

Com a pandemia houve modificação no uso dos transportes no turismo, viajar de avião, ou outro meio de transporte que envolve diversas pessoas em um ambiente fechado se tornou um risco para a saúde do turista, o acontecimento da pandemia da Covid-19 teve outra dimensão em relação a outras endemias, aliás, não foram tratadas como pan, a diferença para o en. Assim, as viagens com transporte próprio e para lugares mais perto foram intensificadas.

De acordo com César Sar Rivera (2020), nos momentos mais críticos da pandemia, o percentual de voos comerciais caiu até 90% e com a rede hoteleira a situação foi ainda pior. Em seu artigo, escrito em 2020, César Sar Rivera menciona questões históricas relacionada aos deslocamentos turísticos e as autorizações necessárias, através de passaportes ou a obrigatoriedade de vacinas, e se baseando na relação com a Covid-19, ele especula que talvez, em um futuro breve, se terá que ter também um “passaporte sanitário. ‘Hola, estoy al día y no soy un riesgo, quiero visitarte’. ‘Bienvenido, hemos visto que no supones un riesgo y estamos encantados de recibirte’. (RIVIERA, 2020, p. 90).

O autor se posiciona de uma maneira quase que irônica, mas que, atualmente, se faz presente na realidade da sociedade. O “passaporte sanitário” se tornou o Certificado Nacional de Vacinação, e sem esse não é possível entrar em alguns atrativos turísticos, países ou até mesmo dentro de escolas/universidades. Assim, o passaporte sanitário se aproxima com o que existe no país do certificado nacional de vacinação.

Esse está sendo um início para o retorno seguro do turismo, mesmo que não seja 100% eficaz, mas faz parte de uma reconstrução, conforme expõe Riviera (2020, p. 20):

Lo que tengo claro es que sea el método que sea que nos permita recuperar la confianza en los viajes, estos seguirán aumentando, pues viajar es maravilloso y ahora es una realidad alcanzable para más humanos que nunca antes, y creo que todos deberíamos poder movernos por este increíble planeta repleto de fronteras, curiosamente mentales, fronteras inventadas por el humano. Pero recorrerlo ayuda a entendernos mejor, a valorar nuestra diversidad y apreciar nuestros bienes naturales. Son tiempos donde los humanos vivimos más agrupados, pero también donde nos movemos más. Con dos vueltas al mundo y más de ciento diez países visitados, cuanto más mundo conozco más dudas tengo y más respuestas busco²⁷. (RIVIERA, 2020, p.90)

²⁷ O que está claro para mim é que qualquer que seja o método que nos permita recuperar a confiança nas viagens, continuará a aumentar, porque viajar é maravilhoso e, agora, é uma realidade alcançável para mais humanos do que nunca, e acredito que todos devemos ser capazes para circular por este incrível Planeta cheio de fronteiras, curiosamente mentais, fronteiras inventadas pelo homem. Mas passar por isso ajuda a entendermos melhor, a valorizar nossa diversidade e valorizar nossos bens naturais. São tempos nos quais os humanos vivem mais agrupados, mas também em que pessoas se movimentam mais. Com duas voltas ao mundo e mais de cento e dez países visitados, quanto mais mundo vejo, mais dúvidas tenho e mais respostas busco (RIVIERA, 2020, p.90),

A ancoragem diante desta pesquisa visa analisar as respostas dos hosteleiros, e categorizar os quadros, através dos vínculos das mesmas palavras mencionadas. O que interessa, nesta análise, é abrir espaço para que os hosteleiros sejam ouvidos diante de uma pandemia, entrelaçando com as noções de enquadramento de Erving Goffman, adaptando para esta pesquisa através de quadros de sentidos que foram divididos em quatro categorias de análise: economia; incerteza; emoções; estratégias comunicativas e turista.

3 O ACONTECIMENTO PANDEMIA

Trata-se nesse momento, a pandemia como algo que fez com que, infelizmente, as pessoas falassem e sentissem negatividade, revolta e tristeza. A maldade de um líder político, Jair Messias, piorou ainda mais esse momento. A sociedade brasileira estava desassistida, principalmente, os que trabalham por conta própria, como é o caso dos hosteleiros, e houve necessidade de mudar o cotidiano e a vida. A humanidade se depara, desde sempre, com as tensões do sofrer e agir no contexto da relação indivíduo e meio ambiente. O estar no Mundo vivendo com as reverberações de situações ambientais que estão além do controle humano. Entre esses descontroles se encontram as pandemias virais, que afetam diferentes dimensões da vida humana, com desdobramentos nas esferas social, econômica e cultural, entre outras (SAUNDERS- HASTINGS & KREWSKI, 2016). “[...] pandemias são recorrentes e as doenças, mais leves ou mais pesadas, sempre acompanharam os deslocamentos humanos” (GASTAL, 2020, p. 106).

Da Peste Negra, passando pela Gripe Espanhola e pelo Ebola, inclusive neste jovem século 21, doenças como a SARS, MERS e agora a Covid-19 foram, senão geradas, disseminadas pelos deslocamentos (GÖSSLING, SCOTT & HALL, 2020), pois somos parte do movimento universal, terrestre, biológico, comunitário e familiar (MORIN, 2005). A humanidade vive se deslocando, de casa, de cidades, países etc. faz parte da natureza humana o movimento, movimentar-se traz a evolução, as trocas culturais, intercâmbio de conhecimentos e o contato com o próximo.

No entanto, diante de uma pandemia, o controle do contato social é um dos fatores que devem ser tomados para evitar o aumento dos números de mortes por infecções virais, causando impacto direto na mudança do contexto comunitário, sendo difícil de prever, em função de características sociais, diferenças socioeconômicas e comportamentais entre as populações (LODGE, 2020).

A realização de quarentena é uma medida comprovadamente eficaz contra a dispersão do vírus e coopera para a diminuição de novos casos (LIN, PENG & TSAI, 2020), porém diante desse cenário complexo, difícil estipular regras de isolamento igualitárias para toda a população, alguns trabalhadores conseguiram se adaptar com o trabalho remoto, on-line, sem a necessidade de sair de casa, pegar um transporte público, outros que exigem, em sua

totalidade, trabalho presencial, perderam seus empregos, proprietários de comércios fecharam seus negócios e muitos tiveram que se readaptar.

Soma-se, ainda, a fatores que associados ao conhecimento insuficiente acerca das características do vírus e suas formas de transmissão, geram incertezas quanto à escolha nas estratégias de enfrentamento da doença (BARRETO, 2020). Sabia-se apenas que o isolamento era necessário, que uma vacina já estava em andamento, o Mundo todo estava parado à espera de uma cura. É necessário que a clareza do que se está passando, juntamente com a ciência, governantes e sociedade caminhem juntos para que possam mostrar o que deve ser realmente feito.

No ano de 2020, o Brasil estava vivendo um conflito entre o governo e a ciência, Jair Messias Bolsonaro desmentia a ciência e colocava a eficácia da vacina em risco. De acordo com o site da Globo²⁸, o Facebook²⁹ retirou do ar a *live* do dia 21 de outubro de 2021, pois o presidente associou vacinas contra Covid-19 ao desenvolvimento da Aids e ao desenvolvimento da síndrome da imunodeficiência adquirida, e a comunidade médica reagiu as alegações, desmentindo suas afirmações, classificadas de *fake news*³⁰. Pela primeira vez na história da rede social do Facebook retiraram uma *live* de um presidente e esse registro também foi retirado do Instagram³¹.

Diante desse cenário, triste e revoltante, a sociedade teve ainda que lidar com a ignorância e a maldade de um líder político e de milhares de pessoas que compartilhavam e apoiavam suas ideias. Várias famílias tiveram alguns casos de pessoas que contraíram o vírus da Covid-19, pois se recusavam a usar máscaras e a se manterem isolados, e também vivenciaram morte de alguns que se recusaram a vacinar. Até hoje, em 2022, com todas as vacinas já disponíveis, com a comprovação da ciência que é eficaz, ainda se recusam vacinar.

De acordo com pesquisas do Instituto Butantan ³²(2022), em janeiro de 2021, a CoronaVac ³³teve sua eficácia comprovada, conforme as exigências da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), e nos meses seguintes também foram publicados outros artigos científicos que confirmam a capacidade de proteção e segurança da vacina do Butantan.

²⁸ Ver: <https://oglobo.globo.com/saude/live-de-bolsonaro-fora-do-ar-facebook-diz-que-nao-aceita-alegacao-de-que-vacina-contracovid-19-pode-matar-25250097>

²⁹ Rede social

³⁰ Notícias falsas

³¹ Rede social

³² In: https://butantan.gov.br/src/pluguins/livro_coronavac_jul2022/book/#page/10

³³ Vacina contra a covid

Com esse cenário se trata, neste capítulo, com a noção de acontecimento que se escolheu para a problematização, como uma força que faz falar sobre o sofrer/agir/reagir durante a Covid-19, unindo com a ideia central de acontecimento da professora de comunicação Vera França e o sociólogo Louis Quèrè. É esse impacto do acontecimento que faz falar, e pode ser de caráter pessoal ou de proporções coletivas, “o acontecimento o é porque interrompe uma rotina, atravessa o já esperado e conhecido, se faz notar por aqueles a quem ele acontece” (FRANÇA, 2012, p. 13).

E “Quando as consequências potenciais são importantes e repetidas, elas formam a verdadeira natureza ou essência de uma coisa, a forma que define, a identifica e a distingue. Reconhecer a coisa é apreender sua definição” (QUÉRÉ, 2012, p.31-32). E aqui este espaço é dado para os hosteleiros falarem sobre a pandemia, que envolve os pensamentos, tristezas, atitudes e descaso perante os órgãos competentes.

Para Louis Quèrè (2005), a vida individual e coletiva é permeada por um conjunto significativo de acontecimentos, estes podem ser planejados ou inesperados; alguns são mais marcantes do que outros na trajetória em que se inserem. E falar sobre esses é necessário, para que essa geração repense sobre o consumo desenfreado, sobre a exploração intensa dos recursos naturais e a falta de responsabilidade perante esses. De acordo com a Revista Galileu³⁴ (2020): “Há mais de uma década a comunidade científica vinha alertando para o risco de uma pandemia, mas tomadores de decisão no mundo todos não deram importância.”

Essas informações não chegaram, claro, pois afetariam o consumo mundial e, conseqüentemente, o bolso de muitas pessoas. Então, um dia as pessoas estavam se deslocando da casa para o trabalho, frequentando bares e restaurantes, cidade para cidade, cruzando fronteiras e, de repente, a pandemia começou a circular no Mundo e chegou até a rotina da sociedade, que precisou parar tudo, “do dia para a noite” as pessoas tiveram que se isolar, cancelar todos os compromissos que já haviam sido feitos, viagens, festas, trabalho, adaptar ao horário do comércio, ter paciência nas filas, usar máscara e o álcool diariamente e o tempo todo. Os sentidos vieram a flor da pele como um Acontecimento inesperado. Desorganizando e (re)organizando o social (FRANÇA, 2017) organizando no sentido de adaptação ao isolamento social e as novas formas de se comunicar com o Mundo através da tecnologia.

O acontecimento é como um objeto de estudo na História, visto que trabalha com a construção do social, do passado, presente e futuro a partir de um evento (KOSELLECK,

³⁴ In: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2020/04/teria-sido-possivel-prever-e-evitar-pandemia-do-novo-coronavirus.html>

2006). E quando afeta cada canto do Planeta, como foi a situação que se está vivenciando de muita dor, de perdas, de isolamento e de sofrimento em toda a comunidade mundial, que gera um impacto muito intenso, exigindo a necessária reflexão e ação. Seja antes ou depois de um processo de simbolização pela linguagem, os acontecimentos são vistos como ocorrências no mundo material que promovem a afetação dos sentidos (QUÉRÉ, 2011). E nas vidas de todos.

Essa dimensão da experiência no acontecimento instiga, pois “possibilita identificar nele os elementos que constituem nossas interações com os outros seres humanos e também com todo o restante do mundo da vida cotidiana” (FRANÇA, 2017). Uma das atividades humanas que mais envolvem o contato com outros seres humanos e com todos os lugares do Planeta é o Turismo, atividade econômica e social mais impactada pela pandemia do Covid-19.

Nessa visada, busca alcançar e superar o “desafio de identificar, através dele, tendências que apontam para a preservação e/ou renovação da vida social’ (FRANÇA, 2012). Pensando na renovação da atividade turística em como gerenciar os processos turísticos neste momento de pandemia e no período após pandemia, quais processos são descartáveis e quais novos podem ser introduzidos.

Em função do distanciamento e do isolamento social, neste momento, um desses novos processos introduzidos tem sido as viagens virtuais, que possibilitam conhecer o Mundo através do computador ou de um celular, considerando que as mobilidades também incluem movimentos de imagens e de informações em diferentes escalas, formatos e alcances (SHELLER & URRY, 2006), as viagens imaginativas proporcionadas pelas imagens dos lugares e as viagens virtuais ultrapassam distâncias geográficas e sociais, no bojo de múltiplos sistemas e regimes de mobilidade (ELLIOTT & URRY, 2010). E essa nova mobilidade vai mais além, passa a ser uma distração, uma companhia, e uma nova interação social diante de um isolamento.

Não se pode aqui afirmar se esse formato de viagem virtual desencadeia os mesmos sentidos entre uma viagem real e uma viagem virtual. Em vista que o turismo sempre foi movimento, sempre foi o contato com o próximo, o viver, o sentir, o tocar, cheirar etc. sendo capaz de envolver os sentidos do corpo e da mente. No entanto, é possível mencionar que a internet foi e está sendo uma ferramenta pessoal/social de aproximação com o próximo e com os lugares diminuindo a sensação de solidão.

Entretanto, existe um ponto a ser destacado, dentro dessas novas formas de viajar se observa a desigualdade, que não se aplica a todos os segmentos que envolvem o segmento

turístico. É possível fazer viagens virtuais dentro de museus, galerias de arte, mas fazer uma viagem virtual dentro de um quarto de hotel, de bares e de restaurante ou dentro de um meio de transporte não é atrativo para o turismo, embora seja atrativo para as vidas pessoais. Durante a pandemia, muitas vezes, foi possível observar e, também, participar de *happy hour* virtuais, “encontros” no almoço, jantar, como uma das formas que se encontrou para diminuir a saudade dos amigos, da família, e suprir a solidão.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) adotou a sigla Covid-19, que deriva da abreviação de “Corona Vírus Disease (Doença do Coronavírus) e ‘19’ se refere a 2019 (FIOCRUZ, 2020). Tendo os primeiros casos sido relatados em 2019 (HUA & SHAW, 2020), há indícios de que o principal vetor de proliferação inicial da infecção foram os fluxos de turismo de lazer e de negócios entre Wuhan e as megacidades chinesas, os migrantes internos de visita às terras de origem por ocasião do Ano Novo Chinês (SHI & LIU, 2020).

Em abril de 2020, todos os destinos do Mundo possuíam alguma restrição de viagem relacionadas à Covid-19, atestando que nunca as viagens internacionais foram restringidas de maneira tão extrema (UNWTO, 2020). A noção quase inabalável da dinâmica dos fluxos foi repentinamente substituída pelo foco nas fricções: fronteiras fechadas, proibições de circulação, fluxos de transporte interrompidos (BAUM, & HAI, 2020).

Enquanto a pandemia avançava da Ásia / Europa para cá, não houve um preparo ou uma prevenção no Brasil, esperando “ver o que ia dar” antes de fazer. Mundo começou a se unir desde janeiro para tratar do vírus e do impacto que já estava ocorrendo, mas enquanto isso, no Brasil, o Carnaval aconteceu e registrou recorde de circulação de pessoas, em 2020, nas principais cidades carnavalescas, como o Rio de Janeiro (BRITO, 2020). E durante a Quarta-feira de Cinzas, em 26 de fevereiro, que o país detectou o primeiro caso: um homem branco, de 61 anos, que havia voltado de viagem da Itália para a cidade de São Paulo (BUENO; SOUTO; MATTA, 2020). A primeira morte no Brasil confirmada foi de uma mulher de 57 anos, que estava internada em um hospital municipal, em São Paulo, no dia 12 de março de 2020 (VERDÉLIO, 2020).

Em 18 de março, com a confirmação das primeiras mortes, a Câmara dos Deputados aprovou um decreto legislativo para reconhecer o estado de calamidade pública no país, permitindo expansão de gastos no enfrentamento da pandemia, mas a adesão do ministro ao discurso da Organização Mundial de Saúde (OMS) criou conflitos com o presidente da República Jair Bolsonaro, que desde a chegada do vírus mantinha um discurso, no qual minimizava a gravidade da doença e afirmava que a economia não poderia parar para conter uma possível epidemia no país e alguns setores do governo insistiam em um tratamento

precoce para a doença com foco na hidroxicloroquina, que é usada no tratamento da malária (BUENO; SOUTO; MATTA, 2020).

E para piorar ainda mais o momento, o governo brasileiro estava alinhado com uma posição negacionista do presidente dos Estados Unidos da América, Donald Trump, que além de minimizar o impacto da Covid-19, em seu país, acusava a China e a Organização Mundial da Saúde de ocultarem dados e colocar em risco a saúde do Planeta (CORONAVIRUS, 2020).

Com o avanço do vírus no país, as primeiras medidas de isolamento começaram a ser tomadas por estados e municípios, a partir de 11 de março. O dia 7 de agosto foi emblemático: o Brasil atingiu 100 mil óbitos por Covid-19, com média de mais de mil mortes por dia. No início da pandemia aconteceram duas trocas de ministros da saúde, em função da dificuldade com o governo e com o presidente Jair Bolsonaro e somente, em 16 de maio de 2020, foi nomeado como ministro Eduardo Pazuello.

A pandemia foi marcada por muita *fake News*, discursos de ódio, e negacionismo da ciência, o presidente da república instaurou uma campanha “O Brasil não pode parar”, colocando a economia acima de tudo, apesar das mortes que estavam ocorrendo tão logo a pandemia foi decretada, em 13 de março de 2020. Diversas instituições multilaterais, empresas farmacêuticas e a comunidade científica trabalhavam para desenvolver tratamentos e vacinas contra a Covid-19, e os resultados começaram a aparecer e, em países da Europa e nos Estados Unidos, teve o início a comercialização e compras antecipadas de vacinas (BUENO; SOUTO; MATTA, 2020).

Em abril, a Organização Mundial da Saúde e a Aliança de Vacinas (Gavi) lançaram a Covax por uma iniciativa global com vistas a proporcionar acesso inovador e equitativo, independentemente do poder econômico dos países (BERKLEY, 2020). A rápida entrada do Brasil na iniciativa era esperada, mas o governo só aderiu a essa em 24 de setembro (BRASIL, 2020f). E enquanto isso as mortes ocorriam, a negação da doença e a invalidade de vacinas cresciam tanto quanto a pandemia nas redes sociais e uma lavagem cerebral foi instaurada pelo presidente. E os brasileiros, conhecidos como um povo pioneiro nas descobertas de vacinas e “vacinados”, passaram a vivenciar um movimento de grupos antivacina, apoiados pelo próprio presidente.

Nas primeiras semanas de dezembro, com o anúncio de liberação da vacina da Pfizer/BioNTech e o início da imunização em países como Reino Unido, Estados Unidos, China e Rússia, a esperança de início da vacinação nos demais países cresceu, e no Brasil, este momento foi marcado por discussões sobre a obrigatoriedade da vacinação e debates sobre o

Plano Nacional de Operacionalização da Vacina contra a Covid-19 (BUENO; SOUTO; MATTA, 2020).

O país estava vivenciando uma guerra, e essa não era contra a pandemia, permeada pela política de um governo e de um presidente, sendo essa pautada no ódio, na negação da ciência e na falta de humanidade de um líder político que fazia deboche perante as mortes que aconteciam.

E o turismo nesse momento foi impactado pelo isolamento social, no final do mês de abril de 2020, 100% dos destinos turísticos do Mundo apresentavam restrições de viagem (UNWTO, 2020). E a partir dessa data, alguns hotéis, pousadas, bares e restaurantes, eventos e atrativos etc. começaram a fechar, resultando em um grande impacto na atividade turística e em seu sistema. Em 13 de março de 2020, o governo brasileiro recomendou o cancelamento de eventos por causa do coronavírus e, os que estavam programados tiveram que ser cancelados, com algumas orientações para esse movimento, quer seja pelo adiamento de eventos culturais e viagens, quer seja pela realização dos eventos via redes sociais e plataformas de internet (FIGUEIREDO, 2020).

E mesmo assim, diante do cenário de negação do Presidente da República, que já foi mencionado, as pessoas seguiam realizando eventos particulares e clandestinos, influenciados pela “ideia” do Presidente sobre a pandemia e todos os dias a sociedade assistia, na mídia, pessoas se aglomerando e realizando festas, enquanto as mortes aumentavam. O Ministério do Turismo, pressionado pelo trade turístico (conjunto de equipamentos que compõe o turismo, bares, restaurantes, hotéis, etc.) articulou uma série de medidas, que se se direcionaram para o crédito a todos os tipos de empresas e empreendedores individuais, estabelecendo a facilitação de crédito para micro, pequenos e médios empresários do setor de turismo, por meio do Fundo Geral de Turismo (Fungetur), suspendendo os limites impostos para a aplicação dos recursos do Fundo (FIGUEIREDO, 2020).

O impacto na economia foi imenso, de acordo com pesquisas da Organização das Nações Unidas (ONU) e a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), o prejuízo global da pandemia de Covid-19 no turismo pode chegar a 4 trilhões de dólares, baseada nos danos causados pelo impacto direto da pandemia no turismo e no efeito cascata nos setores relacionados. Os países em desenvolvimento foram os que mais sofreram com o impacto da pandemia no turismo, com reduções de chegadas estimadas entre 60% e 80%. Também a vacinação desigual amplia o prejuízo econômico no Mundo em desenvolvimento, que pode representar até 60% das perdas globais do Produto

Interno Bruto (PIB). Somente em 2020, a queda das atividades turísticas resultou em um golpe econômico de 2,4 trilhões de dólares (ONU, 2021).

E mais intenso, ainda, foram as vidas interrompidas pela Covid-19, as mortes abalaram todos os lugares do Mundo, de acordo com o site³⁵ que é o painel desenvolvido para ser o veículo oficial de comunicação sobre a situação epidemiológica da Covid-19, no Brasil, até o momento, ano de 2022, foram registrados 689.665 óbitos. A pandemia vem afetando o Mundo desde 2019, e como acontecimento “por um lado, ele pede para ser compreendido, e não apenas explicado, por causas; por outro, ele faz compreender as coisas – tem, portanto, um poder de revelação” (QUÈRÈ, 2005, p. 60).

E está revelando para muitos sobre os cuidados com a higiene pessoal, com a natureza, com a alimentação, mostrando que se deve ter um consumo mais consciente e, além disso, mostrar o quanto as pessoas são seres sociáveis, e precisam estar em contato com o próximo para a saúde emocional “coisas acontecem a pessoas e grupos – e para que a vida não se interrompa, temos que permanentemente reinventá-la, ou inventar novas formas de fazê-la prosseguir.” (FRANÇA, 2012). As pessoas precisaram se reinventar, os contatos sociais eram através da internet, consumo de cultura através de *lives* e até mesmo para a alimentação foi preciso aprender a mexer nos aplicativos de entrega de comida e alimentos.

A sociedade vivenciou um momento de incertezas do presente e do futuro. Muitas dúvidas circulam entre os diferentes grupos sociais, não se sabe ao certo o que será no após a pandemia, mas conforme Mendonça (2007, p. 119-120), o acontecimento:

Dotado de certa autonomia, o acontecimento cria as condições para sua compreensão e contém um caráter revelador ao alterar tanto as possibilidades de leitura do passado (daquilo que o causou) como do futuro (à medida que ele inaugura campos de possíveis concebíveis) (MENDONÇA, 2007, p. 119-120).

Assim, é necessária uma mudança que envolva níveis mais densos sobre a própria existência relacionados ao contato com o próximo e com os lugares, o acontecimento “não se produz somente no tempo: dá também ‘o tempo a ver’” (QUÉRÉ, 2005, p. 69). O tempo da pandemia é incerto, não se sabe ainda quando tudo isso irá passar, quando se deixará de usar máscaras, evitar os contatos sociais ou se ainda haverá uma mutação do vírus e se será necessário redescobrir uma outra vacina ou outros meios de prevenção.

Por ser uma atividade que envolve os deslocamentos sociais, o turismo é dos setores que, mundialmente, mais está sendo afetado pela Covid-19 (GÖSSLING, SCOTT & HALL, 2020). O ano de 2020 está sendo marcado pela interrupção dos deslocamentos, com queda de

³⁵ In: <https://covid.saude.gov.br/>

58% a 78% nas chegadas internacionais de turistas em 2020 e de 100 a 120 milhões de empregos diretamente ligados à atividade, que estão em risco (UNWTO, 2020), em função da pandemia toda a cadeia que compõe a atividade turística sofreu impacto, desde restaurantes, meios de hospedagem, atrativos etc. Em abril de 2020, devido às restrições relacionadas com as viagens, o setor atestou que nunca as viagens internacionais foram restringidas de maneira tão extrema (UNWTO, 2020).

O setor do Turismo foi tratado pelo governo federal. E essa restrição seguiu no ano de 2021, pois a pandemia não havia sido controlada, e nesse momento de 2022, ainda leva vidas e continua interferindo na economia mundial, na sociedade e traz mudanças na cultura e no cotidiano de todo o Planeta. Alguns viajantes se lançavam a destinos desconhecidos se “entregavam” esperando “o que há de vir”. E a preocupação sobre a segurança que envolve a saúde não fazia parte do planejamento da viagem. E hoje com a Covid-19 fazendo parte do cotidiano é arriscado não pensar nesse fator de segurança.

Para Maria da Conceição Almeida (2008), qualquer teoria, interpretação ou concepção do Mundo está imersa, e depende de uma construção histórica dada e das demandas suscitadas por fenômenos naturais e sociais novos, estabelecendo assim algumas características da aventura do conhecer (ALMEIDA, 2008). Esse processo acompanha a humanidade há tempos, a capacidade de se readaptar, deixar no passado o que não cabe mais no presente e buscar novas formas de sobreviver às mudanças que ocorrem no Mundo. Assim são para as viagens, esses hábitos do não planejamento e apenas “sair por aí” deve ser modificado, e está sendo, a ideia de uma viagem segura deve estar nesse momento em primeiro lugar.

Em função desse impacto mundial, o turista modificou e, ainda está modificando, o seu olhar e sua atitude em relação à segurança necessária para realizar uma viagem, tendo em vista que “não são os sentidos que advêm para iluminar o fato e convertê-lo em acontecimento: o acontecimento o é, porque capaz de desencadear sentidos” (FRANÇA; ALMEIDA, 2006, p. 4). Acredita-se que uma emoção, o medo diante desse acontecimento fez alguns turistas refletirem se realmente existia um cuidado com a segurança relacionada com a saúde ao planejar uma viagem.

Hoje, alguns repensam sobre a necessidade de sentir essa segurança, no meio de hospedagem, na alimentação, nos meios de transporte, voltados para a saúde. Uma mudança gerada a partir desse acontecimento são as vendas do seguro para a viagem e saúde, antes visto sem tanta importância por alguns, agora cresce nas vendas devido a pandemia. Os

seguros oferecem consultas médicas, atendimentos emergenciais e até o diagnóstico da Covid-19.

De acordo com a pesquisa realizada pelo Grupo de Pesquisa GTES: Turismo, Economia e Sustentabilidade da Universidade Estadual do Ceará (UECE), pensado para trazer informações sobre as transformações no comportamento do turista brasileiro em um momento de pandemia mundial, se destacou que: 77% têm a intenção de contratar seguro de viagem, seguido pela qualidade em contratar alojamento de mais qualidade 75% (GASTAL, 2020). Para o filósofo pragmatista John Dewey (2010), quando percebem a experiência como resultado da interação dos sujeitos com o Mundo e entre si, quando uma ação sempre gera outra ação em consequência, ocorre uma mútua afetação, que na opinião da pesquisadora uma das afetações significantes que permanecerão, após a pandemia, será essa.

Em relação à melhoria na qualidade dos alojamentos, pensa-se ser de extrema relevância, e que deveria haver fiscalização por meio dos órgãos competentes. Durante as andanças desta pesquisadora pelos hostels, foi possível observar que alguns não possuem um padrão de higiene, e por ser um espaço coletivo, esse aspecto deve ser muito mais rigoroso. Isso também se estende para todos os outros meios de hospedagem conhecidos e que também deixaram a desejar nesse ponto.

Em 2021, o governo lançou o Selo Turismo Responsável³⁶, que estabelece um Protocolo Básico que envolve a higiene com segurança, sendo mencionado aqui um dos pontos para locais com maior fluxo de pessoas dentro da hospedagem: “higienizar sempre após cada uso pontos e superfícies de contato como botões de elevadores, canetas de uso compartilhado, maçanetas de portas, corrimãos, telefones, tomadas, teclados, telas e monitores de computadores, tablets e smartphones, bancadas de trabalho, móveis em áreas de espera, carrinhos de bagagens, etc.” E seria necessário, mesmo em uma após pandemia, que esses pontos fossem estabelecidos e fiscalizados, obrigatoriamente, para todos os meios de hospedagem. Como acontece em relação à vigilância sanitária³⁷ em bares e restaurantes.

A operacionalização do conceito de acontecimento pela via de sua possibilidade orienta, assim, a identificação dos públicos criados e afetados por esse, as formas de

³⁶ Disponível em: <https://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/segmento/meios-de-hospedagem.php>

³⁷ O principal objetivo dessas medidas é garantir que a população tenha acesso a produtos alimentícios de forma segura. Sendo assim, exigências previstas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) são muito claras, bem como as demais leis em vigor. Essas permitem a autuação de estabelecimentos que não se adéquam às normas. As multas podem ser bem elevadas no descumprimento de exigências higiênico-sanitárias. Além disso, pode haver também a suspensão da autorização para que o estabelecimento continue a funcionar dependendo da infração (CONTROLARE, [s.d]).

comportamento e ações desse decorrentes (FRANÇA, 2017). Muita polêmica foi e ainda está sendo gerada em relação à vacinação. A comunicação não é linear e muito menos é de uma narrativa única, vista pelas tensões que o acontecimento provoca. O campo fértil do cultivo de *Fake News*, a guerra do negacionismo contra a ciência e também nas disputas políticas provoca uma disputa de narrativas.

Esse impacto do isolamento social, o fechamento dos atrativos turísticos, fronteiras e serviços trouxe um intenso olhar sob o turismo, observa-se nesse momento o quanto o turismo gera renda. Para Vera França (2017), sobre o acontecimento, como ocorrência concreta do cotidiano, que afeta e traz inquietações, as demandas e escolhas provocam ações, ocasionando sentidos, que dizem da sociedade na qual esse ocorre. Sendo esse acontecimento um gerador de grande impacto na sociedade mundial. O potencial do acontecimento está no desafio de identificar, através desse, intenções que apontam para a preservação e/ou renovação da vida social (FRANÇA, 2012).

Os proprietários dos meios de hospedagem tiveram que se reinventar, modificaram a vida pessoal e profissional, transformaram os espaços internos da hospedagem em um ambiente de cuidados intensos, de acordo com as leis sanitárias estipuladas, com a higienização e com o isolamento, que antes era pautado no contato entre os hóspedes, atualmente, tiveram que recriar um ambiente no qual as pessoas devem estar longe umas das outras. Portanto, o Turismo é visto neste estudo por uma apreensão interdisciplinar, pelo fato de ser uma prática social e dinâmica, em que as mudanças de forma e conteúdo, frequentemente, se libertam de propostas que buscam explicá-los, tornando-o um discurso sobre uma prática já transformada e que a esse não condiz mais inteiramente (CASTROGIOVANNI, 2004), porque foi afetada por uma pandemia mundial.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste momento se mostra como foram as etapas desta tese, especialmente, por não ser possível visitar *in loco* os hostels e nem realizar entrevistas, por restrições do isolamento social. Os hosteleiros também acharam melhor que o formato fosse em questionários, porque queriam responder no momento que fosse mais fácil, sem ter que marcar horário com a pesquisadora para realizar uma entrevista *on-line*. Esta pesquisa se desenvolveu por causa da pandemia, em sua maior parte, por meio da tela do computador, usando a internet.

A esta pesquisa tem metodologia de base qualitativa, por envolver pessoas a partir de eventos reais, que foi a pandemia. “A pesquisa qualitativa ocupa um reconhecido lugar entre as várias possibilidades de se estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas intrincadas relações sociais, estabelecidas em diversos ambientes” (GODOY, 1995, p.21).

A pesquisa foi conduzida neste percurso metodológico qualitativo para o estudo de caso por estar pesquisando uma particularidade, “o estudo de caso se caracteriza como um tipo de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa profundamente. Visa ao exame detalhado de um ambiente, de um simples sujeito ou de uma situação em particular” (GODOY, 1995, p. 25). Envolve um assunto mais focado e aprofundado do que a simples investigação de um qualquer fenômeno, analisa a dinâmica de uma situação no contexto com o Mundo real do caso sem tentar, necessariamente, generalizar ou identificar padrões que possam ser aplicados a outras situações ou a uma população mais alargada (SMITH, 2010).

E um ambiente de hospedagem, que foi abordado nesta pesquisa, é um valioso campo de estudo por envolver pessoas de diversas partes do Mundo, em que se pautou na ideia de lugar,³⁸ e refleti-lo “significa pensar a história particular (de cada lugar), se desenvolvendo, ou melhor, se realizando em função de uma cultura/tradição/língua/hábitos que lhe são próprios, construídos ao longo da história e o que vem de fora, isto é, que se vai construindo e se impondo como consequência do processo de constituição do mundial” (CARLOS, 1996, p. 150). Indo ao encontro com a pesquisa qualitativa, que visa trazer à luz palavras, ideias, pensamentos, sentimentos que precisam emergir e serem ouvidos. Para Pope e Mays (2005, p.13):

A pesquisa qualitativa (...) está relacionada aos significados que as pessoas atribuem às suas experiências do mundo social e a como as pessoas compreendem esse mundo. Tenta, portanto, interpretar os fenômenos sociais (interações, comportamentos, etc.) em termos de sentidos que as pessoas lhes dão; em função disso, é comumente referida como pesquisa *interpretativa* (POPE; MAYS, 2005, p.13, grifos do autor).

³⁸ Lugar, categoria de análise da Geografia, conceito já mencionado neste trabalho .

A pretensão desta pesquisa foi apreender a globalidade do cenário pandêmico em uma realidade incerta, permeada de dúvidas e aflições através do olhar dos hosteleiros, sendo que “o universo das investigações qualitativas é o cotidiano e as experiências do senso comum, interpretadas e reinterpretadas pelos sujeitos que as vivenciam (MINAYO, 2014, p. 24). E esse é um dever dos pesquisadores, ir atrás dessas interpretações, para tentar trazer respostas, clarear os fatos na tentativa de trazer luz para a realidade pandêmica dos afetados.

Assim se começa a visualizar quais elementos eram importantes para a pesquisa, e esses foram surgindo, naturalmente, de acordo com o momento, através de leituras, noticiários, de conversas etc., condição que englobava a pandemia, o turismo, a sociedade e os sentimentos foram refletidos, sendo possível observar que alguns aspectos estavam conectados, assim foram constituídas as categorias: economia; incerteza; emoção; estratégia e comunicação.

Como esta pesquisa abrange o enquadramento de Goffman se decidiu dividir em quadros englobando o esquema primário do autor o “primeiro conceito que necessitamos” que informa o que está acontecendo (GOFFMAN, 2012), que diante de uma pandemia mundial entraram em confronto e em desequilíbrio, situações que trouxeram à tona dúvidas sobre como esses hosteleiros passaram, e ainda passam, por essas afetações em suas vidas.

Dessa forma, as respostas foram divididas em quadros e foram observadas primeiramente separadas e, depois, analisadas em comparação com o contexto em sua totalidade. Nesse sentido, as categorias de análise das respostas foram organizadas em um quadro de sentidos composto com essas questões:

Quadro 2 - Questionamentos

CATEGORIA DE ANÁLISE	QUESTÕES
ECONOMIA	O que mais incomoda agora, em termos dos negócios?
INCERTEZA	Em sua opinião qual será o maior impacto nesse segmento de hospedagem que irá permanecer pós-pandemia? Qual sua maior apreensão quanto ao futuro?
EMOÇÕES	De que forma a pandemia afetou o hostel e sua vida pessoal? Qual foi o momento mais difícil nesta pandemia para você?
ESTRATÉGIAS DE AÇÃO	Alguns hostels já se transformaram em moradias temporárias no Airbnb, outros optaram pelo aluguel mensal. Como você observa essas

	transformações? São um caminho? Hosteleiros já mencionam que talvez devam oferecer quartos com menos ocupação APÓS a pandemia ou individuais, vocês já pensam em uma reformulação nessa prática?
COMUNICAÇÃO COM O TURISTA	A comunicação do hostel nas mídias com seus clientes mudou? Qual foi a principal transformação?

Fonte: organização da autora (2021).

Todas as categorias estão interligadas. Com o isolamento social, os meios de hospedagem, entre outros serviços turísticos, tiveram que fechar e havia interesse em saber o que esses fizeram durante o fechamento, por isso se aborda a categoria economia, que está interligada com as incertezas, pois havia apenas hipóteses de futuros acontecimentos e se estava vivendo um caos na situação política, o presidente negava a pandemia, gerava conflitos e era contra a imunização da população, fatores que contribuíram para a demora no confronto com a pandemia. Como não questionar/temer o futuro?

Durante o auge da pandemia, lembrando que essa ainda não acabou, apenas diminuiu, a sociedade vivenciou um turbilhão de sentimentos, que em sua maioria não eram bons, envolvendo medo, angústia, tristeza e até mesmo raiva do presidente, de suas falas e ações, de forma que a pesquisadora os sentia e, certamente, todos os brasileiros que tiveram amigos e familiares mortos pela doença também. A morte todos os dias e o tempo todo estava sendo noticiada, gerando o temor de ser o próximo a partir.

Assim, falar sobre as emoções era algo necessário e forte. Diante de um problema ou uma dificuldade, por mais difícil que esse seja, devem ser buscadas soluções. Como é possível e o que eu posso fazer com que eu tenho para transformar a minha realidade? Assim, foram constituídas as duas últimas categorias, ou seja, estratégias de ação e comunicação com o turista, visando as transformações que ocorreram durante esse período.

Entende-se que essas categorias abrangeram todos os aspectos que se queria que estivesse nesta tese. Em relação às respostas dadas pelos hosteleiros, vale observar e registrar que eles responderam aos questionários sem terem contato um com o outro, o que ressalta um aspecto: percebe-se que os pensamentos se entrelaçaram, com ideias de senso comum do fazer/turismo e situando também emoções compartilhadas.

No gesto prático desta organização, visando responder as indagações acerca desta pesquisa sobre: a afetação pessoal; da reação diante do acontecimento; o dever-se, o futuro do negócio, de como a pandemia afetou a vida dessas pessoas. Foram elaborados questionários e compartilhados com os proprietários através de um formulário on-line, condição que foi

necessária na utilização desta pesquisa, uma vez que devido ao isolamento imposto pela pandemia, pautado na ideia sobre “a investigação qualitativa requer, como atitudes fundamentais, a abertura, a flexibilidade, a capacidade de observação e de interação com o grupo de investigadores e com os atores sociais envolvidos” (MINAYO, 2014, p.195). Vale registrar que também houve uma tentativa de realizar as entrevistas on-line, mas os hosteleiros preferiram responder através do formulário, em função de não ser necessário o agendamento de um horário.

Trata-se, portanto, de uma pesquisa qualitativa envolvendo um estudo de caso, e o contato da pesquisadora com os proprietários de hostels ocorreu virtualmente. Como mencionada na introdução, a pesquisa foi organizada em quatro etapas: 1ª) a **pesquisa teórica e levantamento bibliográfico**; 2ª) a seleção dos **Hostels**; 3ª) a remessa dos questionários para a **coleta de dados** e 4ª) a **análise dos achados**. A coleta de dados foi realizada no período entre maio a outubro de 2021, abrangendo períodos de movimento turístico: férias e feriados.

4.1 PESQUISA TEÓRICA E LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

Esta fase consistiu no levantamento de obras que possibilitassem o aprofundamento das discussões pertinentes à fundamentação teórica da pesquisa, bem como no levantamento de dados referentes à pesquisa de campo. As principais fontes de pesquisa, neste contexto, foram: a biblioteca da Universidade Federal de Mato Grosso - UFMT, sites na internet, nos quais foi possível selecionar artigos em revistas nacionais e internacionais conceituadas e livros.

Nesta etapa foram buscadas fontes que conversavam com o objeto, o que define um estudo de caso não é apenas a metodologia que adota, mas o objeto que tem de ser “único, específico, diferente e complexo” (MERTENS, 1998, p. 166). E a Covid-19 era um “tema” novo, quase não havia publicações acadêmicas, mas foi feito um levantamento com o que havia no momento. Logo, como afirma Stake (1995), não se estuda um caso para compreender outros casos, mas sim para compreender o caso.

Richardson (2009) ressalta que a procura de bibliografia sobre o tema a ser pesquisado intensifica ainda mais a qualidade da investigação, classificando-a como um produto humano capaz de obter conhecimento da realidade. Tal esforço foi vivenciado, pela pesquisadora, a partir do momento que percebeu que havia pouco conhecimento sobre essa modalidade de hospedagem no estado de Mato Grosso.

Esta fundamentação tem como eixo teórico a ideia relacional da comunicação, a partir de Vera França e os conceitos operadores de acontecimento de Louis Quéré e de enquadramento de Erving Goffman e, ainda, foram incorporados autores que tratam do Turismo, como em diálogo com a pesquisa de Ana Paula Spolon (2010), uma vez que esses autores tratam das motivações, preferências e condutas e entre os autores que tratam dos Albergues da Juventude, Maria José Guiaretta (2010) e Carlos Beni, que trazem conhecimento sobre o turismo social.

Antônio Gil (2007) considera a pesquisa bibliográfica apenas com material já elaborado, como livros e artigos científicos, utilizando-se da ajuda de diversos autores sobre certo assunto. Esta etapa da pesquisa ocorreu juntamente com a aplicação dos questionários e, também, durante a avaliação desses.

4.2 HOSTELS SELECIONADOS

Ressalta-se aqui o que já foi mencionado na introdução do trabalho, foram selecionados para a pesquisa todos os hostels do estado de Mato Grosso que totalizavam 8 (oito) no início da pesquisa, (maio 2021) sendo que, somente um compõe a rede HI e os outros são hostels independentes. Ao final da coleta de dados (outubro/2021), um hostel que se localizava na cidade de Barra do Garças (511km de Cuiabá) havia fechado, outro (localizado em Cuiabá) havia se transformado em pousada. Com isso, restaram no estado 6 (seis) hostels, sendo 2 (dois) localizados no município de Chapada dos Guimarães, 3 (três) em Cuiabá e 1 (um) em Vila Bela da Santíssima Trindade (520km de Cuiabá).

Como já mencionado, todos os hostels foram convidados para a pesquisa, o hostel localizado em Vila Bela e um em Cuiabá, primeiramente, haviam concordado em participar da pesquisa, mas em um segundo momento já não retornavam as mensagens da pesquisadora e não participaram da pesquisa, sendo essa realizada com 4 (quatro) hostels, 2 (dois) em Chapada dos Guimarães e 2 (dois) em Cuiabá.

Esta parte da pesquisa foi um pouco desgastante, a intenção era de que todos os hostels participassem e, também, foi necessário compreender que era o momento de fala deles, mas simplesmente não demonstraram interesse no momento de responder. Assim não foi possível abranger todos os hostels. Quanto ao número de casos, não há um número mínimo solicitado para o desenvolvimento da metodologia, importante é buscar casos que representem de fato o fenômeno e estruturar o estudo para atingir os objetivos pretendidos (YIN, 2009).

4.3 COLETA DE DADOS E INSTRUMENTO DE PESQUISA

Para a coleta dos dados, primeiramente, foi realizada uma conversa via telefone com cada hosteleiro, por meio da qual foram explicados o objetivo e as etapas da pesquisa e, logo em seguida, feito o convite para a participação. O contato inicial deve motivar e criar confiança com o pesquisado (DENCKER, 1998) e em um primeiro momento a motivação foi percebida por todos. No entanto, as dificuldades iniciaram quando se fez menção a realizar uma entrevista on-line³⁹, que como pesquisadora se pensa que seria uma forma muito mais rica, mas pelo fato de ter que marcar um horário acharam inviável e que poderia afetar a rotina de trabalho.

Então, a pesquisadora adaptou para um questionário on-line através do Google Forms que podiam ser acessados de qualquer lugar ou horário e não necessitavam de um conhecimento aprofundado sobre seu uso. O Google Forms⁴⁰, que é um aplicativo que pode criar formulários, por meio de uma planilha, podendo ser questionários de pesquisa elaborados pelo próprio usuário, sendo esse um serviço gratuito, basta apenas ter uma conta no Gmail (MOTA, 2019). Como mostram as figuras abaixo:

³⁹ Estávamos em isolamento social.

⁴⁰ Elaborado a partir do Google Drive

Figura 21 - Formulário Google da pesquisa

O ACONTECIMENTO PANDEMIA NA CULTURA DOS HOSTELS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DE CULTURA CONTEMPORÂNEA (ECCO)
PESQUISA DE DOUTORADO: O ACONTECIMENTO PANDEMIA NA CULTURA DOS HOSTELS
ORIENTANDA: DÉBORA MOREIRA MELLO
ORIENTADOR: PEDRO PINTO DE OLIVEIRA

AGRADECEMOS SUA PARTICIPAÇÃO

 deboraecco@gmail.com (não compartilhado) [Alternar conta](#)



De que forma a pandemia afetou o hostel e sua vida pessoal?

Sua resposta

Qual foi o momento mais difícil nesta pandemia para você?

Sua resposta

O que mais incomoda agora, em termos dos negócios?

Sua resposta

Alguns hostels já se transformaram em moradias temporárias no Airbnb, outros optaram pelo aluguel mensal. Como você observa essas transformações? São um caminho?

Sua resposta

Fonte: organização da autora.

Figura 22 - Continuação Formulário Google da pesquisa

Hosteleiros já mencionam que talvez devam oferecer quartos com menos ocupação APÓS a pandemia ou individuais, vocês já pensam em uma reformulação nessa prática?

Sua resposta _____

Em sua opinião qual será o maior impacto nesse segmento de hospedagem que irá permanecer pós-pandemia?

Sua resposta _____

Qual sua maior apreensão quanto ao futuro?

Sua resposta _____

A comunicação do hostel nas mídias com seus clientes mudou? Qual foi a principal transformação?

Sua resposta _____

Enviar [Limpar formulário](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários

Fonte: organização da autora.

Quando o questionário foi enviado, 2 (dois) dos 6 (seis) hosteleiros não responderam e já não retornavam as mensagens. Não saberia aqui dizer o real motivo, mas com a experiência que se tem em outras pesquisas há uma margem de não respondentes. Diante da importância que se verifica perante esta tese, sobre um segmento pouco visualizado/desconhecido pela sociedade, todos os hosteleiros deveriam ter aproveitado o momento para falar e serem ouvidos, mas também se respeita a posição de cada um.

Realizar uma pesquisa em plena pandemia também implica em se adaptar ao momento, e a forma encontrada foi através de um recurso tecnológico, por meio do qual não era necessária a aproximação física entre o pesquisador e o pesquisado. O questionário foi

enviado através do *Google Drive* que abriga o *Google Forms*, que confecciona formulários on-line (HEIDEMANN, OLIVEIRA, 2010).

4.4 ANÁLISES DOS ACHADOS

O estudo bibliográfico possibilitou a construção do marco teórico sobre o assunto e os conceitos presentes na introdução e em todo corpo desta tese, os quais serviram de base para analisar as concepções obtidas na coleta de dados. Para a análise das respostas foram utilizados os autores, já mencionados, como: Louis Quéré, Erving Goffman, Ana Paula Spolon, Maria José Guiaretta entre outros.

As categorias de análise são os sentidos elaborados e compartilhados pelos donos de hostels, o que deveriam ver sobre o que sentiram e o que viveram. Dividimos assim os questionamentos: 1 - **ECONOMIA** que abrange o negócio e o acontecimento da pandemia; 2 - as **INCERTEZAS** do presente e do futuro, gerais e singulares; 3 - as **EMOÇÕES** que emergem na e pela comunicação diante do acontecimento pandemia; 4 - as **ESTRATÉGIAS** do empreendedor para vencer a crise e 5) O **SUJEITO TURISTA**, como é visto agora pelos empreendedores.

Tratando-se, assim, de uma análise da coleta de dados pautada na metodologia de Estudo de Caso como método de investigação qualitativa que, de acordo com William Goode e Paul Hatt (1975), o estudo de caso permite investigar, em profundidade, o desenvolvimento, as características e demais aspectos constitutivos de qualquer unidade social: um indivíduo; um núcleo familiar; um grupo social etc. O segmento de hospedagem focado nesta tese é carente de dados documentais científicos, buscou-se em fontes governamentais, como o Ministério do Turismo, mas não o hostel não é reconhecido, dados complementares sobre os hostels foram encontrados em artigos científicos e em algumas dissertações. Os sites do governo do estado de Mato Grosso foram úteis também no processo da pesquisa.

Ressalta-se, portanto, a ideia que este estudo traz, sendo importante expor à sociedade, e à comunidade acadêmica, estabelecendo a ligação entre a pandemia, o lugar e suas significações, de acordo com o olhar hosteleiro, uma vez que permitem a formulação dos problemas e suas respostas sobre o assunto que se expõe no próximo capítulo.

5 OS QUADROS DE SENTIDO

Neste capítulo são apresentadas as análises dos achados, pautados em uma metodologia qualitativa, fundamentada nos autores que já foram mencionados nos capítulos anteriores, entre outros, que auxiliaram nesse processo. Ressaltando que Pandemia não foi um acontecimento previsto, resultando em um grau maior, conceitual e prático, para os pesquisadores, na escrita sobre algo em desenvolvimento, na continuidade da ação que se desenrola. Por óbvio, quase não há trabalhos acadêmicos que falem sobre como este tema modificou a vida em sociedade e inúmeras formas de interação e de cultura. Neste capítulo da análise das falas dos hosteleiros acerca do impacto na vida pessoal e profissional damos a ver também a própria forma de como o conhecimento novo foi construído.

5.1 ECONOMIA

Para muitos especialistas o Turismo foi a atividade econômica mais afetada no Mundo durante a pandemia. Diversos meios de hospedagem tiveram que fechar as portas, no estado de Mato Grosso, houve um caso na cidade de Barra do Garças e outro caso em que o hosteleiro teve que modificar a tipologia de hospedagem de Hostel para Pousada, modificando quartos que antes eram compartilhados para quartos destinados para casais. Inicia-se esta análise com o quadro sobre as emoções relatadas e relacionadas ao impacto econômico:

Quadro 3 - Respostas/Economia

ECONOMIA	O que mais incomoda agora, em termos dos negócios?
Hosteleiro (H1)	Me incomoda tudo estar absurdamente muito caro! Os hóspedes querem sempre pagar mais barato e nem sempre conseguimos oferecer isso porque também temos as contas do hostel para pagar e tentar sobreviver.
Hosteleiro (H2)	A falta de apoio do governo, não conseguimos financiamento para quitar as dívidas feitas no começo da pandemia.
Hosteleiro (H3)	É essa incerteza, embora a gente tenha estudos analíticos que explicam o que já se iniciaram ao turismo sol e mar para a hostelaria, em seguida vem o turismo na natureza, o ecoturismo e só então previsto para junho de 2022 a movimentação do turismo para os grandes centros, então para mim que tem um hostel em um grande centro eu fico sem ter perspectiva bem a médio prazo, isso é o que mais me preocupa.
Hosteleiro (H4)	Atender as pessoas e pedir que usem máscara.

Fonte: organização da autora (2021).

Não é necessário viajar para entender o aumento do preço dos produtos, observa-se isso no cotidiano, esses aumentos se estendem desde o combustível até compras básicas de supermercado. Isso também pode ser um fator que leva as pessoas a pedirem descontos, o nível de vida elevou e os salários não acompanharam esses aumentos. O “tentar sobreviver” é uma frase bem forte e, ainda relacionada com a falta de apoio do governo, que se observa na falta de ajuda das autoridades competentes. A sensação é de abandono.

Um dos hosteleiros mencionou a falta de apoio do governo indo ao encontro com a pesquisa que foi realizada no site da SEDEC⁴¹, no qual não se encontra nenhuma menção a um plano de apoio econômico/social para o turismo. Observam-se apenas *lives*, entrevistas sobre o tema Covid, e a distribuição de cestas básicas para os guias. No âmbito do governo federal⁴², R\$ 5 bilhões foram liberados para o setor de turismo enfrentar a pandemia do novo coronavírus, a legislação é resultado da MP 963, publicada em 08 de maio, que destina os valores ao Fundo Geral do Turismo (FUNGETUR). E no mesmo ano da liberação deste fundo, o estado de Mato Grosso havia recebido⁴³ pouco em relação ao ano de 2021.

A movimentação do turismo, em alguns grandes centros, está relacionada a eventos, como é o caso da capital do estado de Mato Grosso, Cuiabá, que em função da pandemia ficaram proibidos de serem realizados, durante os anos de 2020/21, tendo em vista propiciarem a aglomeração de pessoas pela propagação do vírus. Destinos que possuem como atrativo a natureza intensificaram suas propagandas baseadas no turismo praticado em lugares abertos, sem aglomerações e foram os que menos sofreram depois da liberação da quarentena, que é o caso da cidade de Chapada dos Guimarães.

A relação entre o conflito e o uso da máscara vem desde o início da pandemia no Brasil, questões políticas e notícias falsas (*fake News*) levaram milhares de pessoas a discordarem de seu uso, embora tenha sido cientificamente comprovada sua eficácia. Uma pesquisa realizada pela Fiocruz (FIOCRUZ, 2021) menciona as evidências sobre a eficácia de diferentes tipos de máscaras para conter a transmissão do novo coronavírus (Sars-CoV-2).

Análises com a máscara de proteção usada por pessoas infectadas identificaram a presença do patógeno apenas na parte interna, indicando bloqueio da transmissão, o resultado decorre de terem examinado tanto as máscaras cirúrgicas como os modelos de pano com duas ou três camadas. Mais pesquisas foram realizadas por instituições responsáveis, mas a

⁴¹ Ver página 19.

⁴² Notícia do site: <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2020/setembro/setor-do-turismo-recebe-apoio-do-governo-federal-para-enfrentar-a-pandemia-de-coronavirus>.

⁴³ Ver página 20 e 21.

negação da ciência e a ignorância que se espalhava como a pandemia resultaram, e ainda resultam, na incredibilidade do uso das máscaras.

5.2 INCERTEZA

O acontecimento, visto na e pela relação natureza e cultura, gerou muitas incertezas e inseguranças sobre o presente e o futuro próximo. Foi, portanto, um momento de muitas preocupações e dúvidas. Falar sobre o negativo e o positivo, futuro e presente, saúde e doença, mudanças e estabilidade foi desafiador para o hosteleiro, e se observa isso através das palavras carregadas de sentimentos, como mostrado abaixo:

Quadro 4 - Respostas/Incerteza

INCERTEZA	Em sua opinião qual será o maior impacto nesse segmento de hospedagem que irá permanecer pós-pandemia?
H1	O maior impacto será tentar voltar como era antes, com tarifas mais altas e justas. No desespero da pandemia, muitas hospedagens abaixaram demais suas tarifas para não ficar no zero a zero de hóspedes. Agora vai ser difícil voltar o valor anterior sem haver reclamações.
H2	Na minha opinião após a pandemia os turistas vão voltar a frequentar os Hostel normalmente se Deus quiser, por ser uma opção mais barata de hospedagem.
H3	O impacto positivo, é o cuidado com a biossegurança, os protocolos que passam a ser seguidos, acho que esses protocolos ficam para sempre, a individualização de alimentação acho que para a hosteleria é uma tendência que fica.
H4	No meu caso eu trabalhava com turista internacional, e vai demorar voltar turistas brasileiros ainda não são adaptados a sistema hostel de hospedagem compartilhada.... E no centro oeste especificamente no mato grosso vai demorar bastante.
INCERTEZA	Qual sua maior apreensão quanto ao futuro?
Hosteleiro (H1)	Sobre o futuro eu tenho medo de que não consigamos um dia voltar tudo como antes, com as altas temporadas, muita procura, movimento altíssimo, vários eventos que motivam o turismo na região.
Hosteleiro (H2)	Sou muito otimista quanto ao futuro os turistas voltando a frequentar hostel poderemos quitar nossas dívidas.
Hosteleiro (H3)	É o início de novas cepas, novas viroses, novas pandemias, que isso não se acabe, o que a gente espera é que com a vacinação a gente volte com a vida normal, as pessoas gostam de se hospedar em apartamentos coletivos, entre outras pessoas e essa é uma cultura do social do compartilhamento, a gente gostaria que retornasse, o nosso maior medo é com o início de novas cepas que a gente retome todo os riscos que a gente já viveu
Hosteleiro (H4)	Que em breve tudo volte a funcionar no trade turístico

Fonte: organização da autora (2021).

Os hosteleiros compõem um grupo que possui o mesmo segmento de hospedagem com as mesmas características: hospedagem a baixo custo; quartos coletivos; intenção dos hóspedes de interagirem e todos foram afetados pela pandemia. O que possibilitou a chegar nesse *esquema primário* como um “*esquema de esquemas*” concentrando-se dentro do *quarto tema* a “*Casualidade*” e foi dessa forma que a pandemia chegou:

Casualidade, termo que significa aqui que um acontecimento significativo pode vir a ser visto como produzido inicialmente. Um indivíduo, guiando de maneira apropriada suas ações, defronta-se com o funcionamento natural do mundo de uma maneira que não se pode esperar que ele preveja, com resultados consequentes. Ou dois ou mais indivíduos sem qualquer ligação entre si e sem orientação mútua, cada qual guiando adequadamente suas próprias ações, provocam conjuntamente um acontecimento imprevisto que é significativo- e estes atores produzem esse efeito ainda que suas contribuições permaneçam totalmente sob o controle. Falamos aqui de acaso, coincidência, sorte ou azar, acidente e assim por diante. Já que não há nenhuma atribuição de responsabilidade, temos uma espécie de esquema natural, salvo que os ingredientes sobre os quais operam as forças naturais são aqui ações socialmente guiadas. Note-se, também que as consequências causais podem ser sentidas como desejáveis ou indesejáveis (GOFFMAN, 2012, p.59).

Quando um acontecimento pode ser visto como produzido incidentalmente, podendo ser acaso, coincidência, sorte ou azar, acidente etc. (GOFFMAN, 2012). Os anos de 2020/21 foram marcados pelo impacto da pandemia, de repente a sociedade viu o coronavírus começando na China, se espalhando na Europa até a chegada em todas as vidas.

Nesse momento alguns já voltaram para seus empregos, abriram seus comércios e o capital voltou a circular novamente no mercado e as viagens estão sendo realizadas. Porém, diante disso há o aumento do custo de vida, não somente no Brasil, mas em quase todo o Planeta, o que interfere diretamente sobre o poder de compra de uma viagem de férias, que não é considerada um produto básico para a “sobrevivência”.

E concomitantemente existem os valores mais baixos dentro dos hostels em comparação a outros segmentos de hospedagem, e que talvez, possam ser mais procurados no momento após pandemia. O fator que levou os hosteleiros a se readequarem e oferecerem não somente quartos coletivos, mas quartos que podem também, serem destinados a casais ou famílias pode ser um ponto positivo para que famílias busquem como alternativa de hospedagem.

A biossegurança deveria ser um fator, mesmo sem a pandemia, a estar presente em todos os meios de hospedagem/ bares/ restaurantes/ atrativos, isto é, em todos os segmentos que compõem o turismo. São essas ações, que fazem com que as pessoas possam se deslocar com mais segurança para diversos lugares do Planeta, sem risco de infecções, doenças etc. fatores que possam interferir diretamente na qualidade da viagem. Aumentando a biossegurança aumenta-se também a confiança do turista para realizar uma viagem. A

individualização da alimentação significa a retirada do buffet do café da manhã, cada alberguista recebe seu café individualizado, diminuindo o desperdício de alimentos e propicia um maior controle financeiro e de alimentos para o proprietário.

A cultura dos hostels não é intensa no Brasil em comparação com outros países, principalmente, na Europa. O sistema de classificação de hospedagem, como já mencionado, não consideram os hostels como um meio de hospedagem⁴⁴. O selo de qualidade que se tem no Brasil é da Rede HI⁴⁵, que verifica os hostels da própria rede.

Não existe uma lei específica para o hostel e seu funcionamento, mas esse se encaixa dentro da lei dos Meios de Hospedagem do artigo 23 da Lei nº 11.771/2008, que menciona que os estabelecimentos que são constituídos com a finalidade de prestar serviços de alojamento temporário, independentemente de sua forma, são considerados meios de hospedagem.

O setor de turismo foi afetado intensamente. No ano de 2021 havia especulações, ideias, até mesmo os desejos de uma melhoria que se mistura com a vontade de uma nova realidade para o Mundo, e com isso as previsões sobre o futuro. A retomada do turismo será lenta, é necessário retomar as vidas financeiras, equilibrar as emoções e tentar controlar o medo em relação à contaminação, para poder de novo voltar a viajar.

Precisa-se não ter “medo do outro”, olhar o próximo não como uma “ameaça a saúde”, é preciso retomar o contato social, condição importante para a vida dos seres humanos. O desconhecido assusta e traz incerteza. Com a chegada das vacinas e com a taxa de pandemia em baixa, os eventos estão sendo retomados a passos lentos, observa-se um maior fluxo de pessoas e mesmo que ainda esteja tímido já está sendo um recomeço para a hostelaria.

Escrevendo agora, no ano de 2022, o turismo vem se recuperando, as pessoas têm voltado a se deslocar, planejar viagens futuras e viajar. De acordo com dados do Conselho de Turismo da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FECOMERCIO SP, 2022), o turismo nacional faturou R\$ 18,3 bilhões, em julho, e cresceu 32,1%, em comparação ao mesmo período do ano passado.

As habituais férias escolares foram o motivo do alavanque do setor, no sétimo mês do ano. Comparando com julho de 2019, o faturamento ficou apenas 2% inferior ao volume registrado no período. Entre os segmentos, a elevação que mais colaborou para o resultado foi a do transporte aéreo, com alta de 86,8% no comparativo anual. Na sequência, vieram os

⁴⁴ O Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass).

⁴⁵ Selo de qualidade e sustentabilidade HI Q & S, Normas de uso. In:<https://www.hihostelbrasil.com.br/>

serviços de alojamento e alimentação (22%); as atividades culturais, recreativas e esportivas (18,8%); os transportes aquaviários (12,6%) e terrestres (14,2%); e o conjunto de setores de locação de veículos, agências e operadoras de turismo (2,4%).

Os eventos já foram retomados, as festas, os deslocamentos e as aglomerações. Retomou-se a vida social, familiar e de trabalho. No entanto, ainda neste ano de 2022, a pandemia está acontecendo, em uma menor escala. E o sentimento da perda de tantas vidas no Mundo, do desespero, da ignorância e maldade que habitou o país, ainda reside nos corações de todos. “Dizem por aí” que a pandemia transformou o ser humano para melhor, será?

A pandemia acabou desvalorizando os preços da hospedagem porque os proprietários precisavam “sobreviver” e cobrar o mínimo para poder ao menos pagar as contas e não fechar, mas com a volta da economia os custos deverão ser reajustados para que possam voltar a obter o lucro. E mesmo assim continuaram sendo uma hospedagem de baixo custo em relação aos outros segmentos, não se falou em igualar os preços com outros segmentos de hospedagem.

Em relação à biossegurança, esse é um ponto muito positivo a ser considerado, em vista que ao viajar existe contato com diversas pessoas e lugares podendo aumentar o risco em relação à saúde por contaminações, infecções, etc., e quando se está em casa existe segurança alimentar e higiene pessoal assegurada. Isso é um ponto positivo não somente no turismo, mas em todos os serviços. A alimentação do café da manhã passa a ser cobrada a parte, ficando a critério do viajante, o que pode ser mais uma economia para esse já que os hostels possuem cozinha coletiva.

O brasileiro ainda exhibe certo preconceito com esse segmento de hospedagem, por ser coletivo. Imagina que não possuem segurança, que são sujos etc., mas quem sabe nesse momento em que os hostels estão oferecendo mais quartos individuais/ casais, as pessoas passem a procurar essa hospedagem ainda mais nesse momento de economia e que algumas pessoas estão querendo sair de casa para viajar.

Atualmente, os eventos estão sendo retomados aos poucos, ainda com o uso de máscara e álcool em gel, sendo permitido o retorno com uma capacidade reduzida. Devido a vacinação que já atingiu grande parte da população a contaminação está sendo controlada, e a cobrança do documento que comprova a vacinação individual, em eventos, museus etc. tem sido uma forma para retomar as temporadas nas cidades turísticas em segurança.

O maior atrativo dos hostels é o coletivo, é a socialização, sendo esse o valor que está vinculado ao preço da hospedagem. É ali que acontece o encontro de viajantes sozinhos, de culturas e idiomas, adotando valores e significados peculiares para aqueles que o vivenciam.

É um espaço cheio de emotividade, no qual as relações sociais, as representações de universos singulares e as experiências se comunicam, de forma a operar modificações em sítios especiais, guardados com cuidado na memória (CORRÊA; ROSENDAHL, 2003).

O hostel é um meio de hospedagem que reúne pessoas facilitando essas relações sociais, como troca de ideias e sentimentos. Santos (1996) considera que a arquitetura concreta do Mundo contemporâneo tem três momentos fundamentais: o Eu-para-mim mesmo; o outro-para-mim; o Eu-para-o outro. A partir desse modo que se arquitetam e recompõem os valores (fuga, desejo, ócio, consumir, ostentar, etc.), através de um processo incessante de intercâmbio.

Deve-se procurar conhecer cada realidade cultural para entender a lógica de costumes, transformações e concepções que envolvem os seres humanos. “Hoje, certamente mais importante que a consciência do lugar é a consciência do mundo, obtida através do lugar” (SANTOS, 2005, p. 161). Assim, conforme Balastrieri (1999, p. 32):

O espaço pode transformar-se em lugar, a medida que adquire personalidade, torna-se vivido. A percepção e o intelecto, por meio da experiência vivida e compartilhada, constroem o lugar na subjetividade e na intersubjetividade. A percepção corporal e a própria consciência expressam o sentir além do próprio corpo. Assim o corpo extrapola o sentido físico, interagindo com os objetos e com as pessoas com que se relaciona” (BALASTRIERI, 1999, p. 32).

Os hostels englobam todos esses aspectos e não podem deixar de existir devido ao isolamento dentro das hospedagens, mas que se fortaleça buscando alternativas para que seja esse lugar de encontros pensando sempre na biossegurança.

5.3 EMOÇÕES

Pode-se expor que a pandemia foi um momento emocionante, mas no sentido negativo, e não se poderia deixar que essas emoções fossem escutadas. Nesse ponto se registra que existe uma influência pelo filósofo e historiador da arte Georges Didi-Huberman⁴⁶, com o qual se trabalhou durante o doutorado, sendo feita uma pergunta e sugere uma resposta: *Qual elemento tem o poder de transformar ativamente a nossa sociedade? As emoções*. Em seu livro “Que emoção! Que emoção” (2016), Didi Huberman questiona sobre o que são realmente as emoções, todos sentem, mas às vezes não se interroga por que se está

⁴⁶ A conferência Que emoção! Que emoção? foi apresentada em 13 de abril de 2013, no Teatro de Montreuil, em Paris.

emocionado? As emoções são ações ou passividades? Como surge a emoção? Como se desenvolve? É o silêncio, é comunicação, é a solidão? Assim, o autor impulsiona a refletir a partir de outros pensadores, obras de arte e o cinema, e diante deste livro se menciona também as emoções que envolveram a pandemia através das palavras dos hosteleiros:

Quadro 5 - Respostas/Emoções

EMOÇÕES	De que forma a pandemia afetou o hostel e sua vida pessoal?
H1	No início da pandemia nosso hostel ficou praticamente 2 meses sem receber hóspedes. Nossa alternativa foi retirar o café da manhã para evitar o contato e diminuir o valor da tarifa diária. Por um tempo recebemos apenas grupos fechados com número de hóspedes reduzidos em cada acomodação. Na vida pessoal foram as contas que não paravam de chegar, muitas despesas mensais que foram se acumulando devido ao baixo movimento.
H2	De todas as formas principalmente financeira, o prédio onde funciona o hostel é alugado com a falta de turistas quase tivemos que fechar. Tive que arrumar um serviço na área da construção. A única área de trabalho que não parou na pandemia.
H3	O hostel foi afetado negativamente assim que iniciou a pandemia em dezembro, janeiro e fevereiro já começaram a cair cancelamentos a partir de março, entre março e abril houve 70% de cancelamento e eu tive que fechar o hostel, só esperei as pessoas que já estavam com a hospedagem longas, finalizarem suas hospedagens e em maio, final do mês fechei completamente o hostel.
H4	Foi um transtorno, ficamos fechados durante um ano.... A vida financeira ficou bagunçada.
EMOÇÕES	Qual foi o momento mais difícil nesta pandemia para você?
H1	Foi difícil não ter receita para manter o hostel por um tempo. Depois que o movimento começou a voltar, melhorou muito porque com a tarifa reduzida começamos a ter mais procura.
H2	Do início da pandemia até hoje estamos com dificuldade.
H3	O momento mais difícil foi na hora de arcar com as despesas fixas, a gente tem aluguel, tem impostos e por incrível que pareça a ENERGISA mesmo com o hostel vazio a conta se mantém alta, é um rombo, a parte mais difícil é quando a

	gente mantém as despesas fixas sem ter nenhum tipo de entrada e sem ter previsão de quando vai retomar o movimento.
H4	Ficar fechado

Fonte: organização da autora (2021).

Neste quadro pode ser observada uma das tonalizações (GOFFMAN, 2012): b) que os participantes na atividade saibam e reconheçam claramente que está em andamento uma alteração sistemática, que reconstituirá radicalmente aquilo que para eles está acontecendo. Indo ao encontro com um dos objetivos da pesquisa sobre a força que desloca os sentidos: o desespero com a falta de dinheiro para pagar as contas, o fechamento e ter que arrumar outro emprego.

Quantas vezes, viajando, expõe-se a impotência diante das fragilidades dos lugares, diante da fragilidade das populações locais, muitas reprimidas, rechaçadas e deterioradas? Em certas viagens já “perdi minha face”⁴⁷ ao me deparar com a pobreza e com a violência verbal, e em tempos de tempos de pandemia isso era constante. A pesquisadora neste momento se recusa a fingir que não estava vendo o que estava diante dos olhos, e chorei como Didi⁴⁸, de cólera, como uma decisão para agir e não se revoltar. Observa-se que as decisões no momento se voltaram para o fechamento, retirada do café da manhã, diminuir o valor das diárias, fechar pacotes com grupos e trabalhar em outras áreas.

Nota-se que todos os hosteleiros tentaram diversas alternativas para continuar com a hospedagem e que de todos era a única fonte de renda, sem pessoas é impossível uma hospedagem funcionar, assim também são com os meios de transporte, diferentes de bares e restaurante que ainda possuem uma opção que são as entregas *delivery*. O hostel já possui diárias acessíveis a todos os turistas, com a pandemia essas tiveram que ser mais reduzidas, já que o cenário para quase toda a população mundial era de economia, e não houve reduções nas contas básicas dos hostels.

Observa-se que os que tiveram maiores dificuldades foram os proprietários de hostels que alugavam o imóvel. Fazendo uma analogia com a ideias de Didi Huberman (2016), ele cita em seu livro um filme relacionado com a catástrofe das minas de Morgano (de Pier Paolo Passolini, *La Rabbia*, 1962/63) e a esposa de um mineiro que foi amparada por pessoas que se emocionaram com a situação dela, mas o que levou essas pessoas a se emocionarem e decidirem amparar essa viúva? A pesquisadora de forma pessoal entende que essas pessoas

⁴⁷ Ideias de George Didi-Huberman em sua obra *Que emoção*.

⁴⁸ Ideias de George Didi-Huberman em sua obra *Que emoção*.

saíram do seu eu, e olharam o próximo, traduzindo em um gesto de conforto, em um movimento de afeto, pelo fato de se colocarem no lugar do outro. Durante a pandemia os hosteleiros não foram amparados por quem mais precisava e poderia ter feito, o governo, que não foi atingido pela emoção de milhares de pessoas que necessitavam de amparo nesse momento. A emoção gerada foi de revolta.

5.4 ESTRATÉGIAS

Este aspecto foi abordado, porque é preciso pensar em como retomar as vidas, dar a volta por cima e, ainda, de cabeça erguida, o que foi muito difícil, mas não impossível. Quais seriam esses novos caminhos, horizontes e transformações? Ressaltamos que os hosteleiros já possuíam uma nova ideia do que estavam pensando em fazer, como mostrado nas respostas abaixo:

Quadro 6 - Respostas/Estratégias

ESTRATÉGIAS	Alguns hostels já se transformaram em moradias temporárias no Airbnb, outros optaram pelo aluguel mensal. Como você observa essas transformações? São um caminho?
H1	Acredito que é um caminho sim, porém não aplicaria no meu hostel. A minha receita vem da alta rotatividade e por isso alugar mensalmente ficaria muito caro para um hóspede, logo não compensaria.
H2	Sim é uma opção alugar os quartos por temporada, para amenizar a falta de turista.
H3	É a necessidade de se adaptar ao mercado, hoje a gente tem uma baixa crescente de hospedagem coletivas, nos países que estão com grande proporção de pessoas vacinadas com as duas doses, ou dose única, mesmo assim a gente vê que as hospedagens coletivas não estão sendo procuradas, então é natural que os hostels venham se encaixar sobre a demanda do mercado, muitos estão investindo nas habitações individuais outras se transformando em hostel pousadas e oferecendo serviços aplicados ao nômade digital, os hostels também estão investindo em mensalistas que já era uma tendência que vinha antes da pandemia, e a moradia temporária também segue no mesmo perfil do mensalista. Antigamente não era bem-visto o hostel de mensalistas é necessário que o hostel repense, todo o seu

	posicionamento, o mensalista cria hábitos, como se fosse a casa dele, passa a ser a casa dele porque é uma moradia temporária, então é necessário que o hostel tenha todo um cuidado, então é necessário que o hostel tenha todo um cuidado de preferência que tenha hospedagens separadas das demais dedicadas a moradias temporárias ou mensalistas.
H4	O hostel borralho tinha sua carteira de clientes 90% de turistas estrangeiros. Nós ainda estamos nos organizando para receber turistas brasileiros.
ESTRATÉGIAS	Hosteleiros já mencionam que talvez devam oferecer quartos com menos ocupação APÓS a pandemia ou individuais, vocês já pensam em uma reformulação nessa prática?
H1	Já trabalhamos com essa prática
H2	Sim tentamos fazer o desejo dos hóspedes quartos compartilhados transformamos em privativo para casal.
H3	Hoje a gente já colocou como protocolo a diminuição dos quartos, do número de vaga dos quartos coletivos, basicamente hoje a gente trabalha com um beliche sim, um beliche não e a individualização das unidades habitacionais é uma tendência sim.
H4	Estamos trabalhando com 50% da capacidade de hóspedes, está funcionando bem.

Fonte: organização da autora (2021).

Este quadro está vinculado a uma das tonalizações de Erving Goffman (2012): existirá à disposição dicas para situar quando a transformação deve iniciar e quando deve finalizar. Uma dessas estratégias, baseadas no meio de hospedagem do *Airbnb* que trabalham com hospedagens de diárias ou alugueis em quase todos os países com preços acessíveis.

A questão da adaptação está vinculada com a necessidade de “sobreviver” a pandemia, somente um menciona que essas transformações de alugueis não funcionariam e outro alerta sobre as questões relacionadas ao hábito do alberguista que aluga e algumas vezes pode prejudicar turistas que estão hospedados por diárias. Outro relaciona ao perfil do turista estrangeiro e do brasileiro que com a pandemia e o fechamento de algumas fronteiras estão se adaptando ao público brasileiro.

Todos os hostels mencionaram que já trabalham com quartos privativos, fazendo com que os hostels não sejam apenas uma hospedagem para jovens e viajantes solitários. Está se transformando em um espaço para todas as idades, para famílias, casais, o que é bem

interessante para quem viaja, principalmente, com a família, e isso se torna uma opção mais econômica.

5.5 COMUNICAÇÃO COM O TURISTA

A comunicação durante a pandemia sofreu uma grande afetação, o contato verbal e físico ficou limitado. As pessoas passaram a se comunicar através de alguma tela ou por ligações. Difícil, como se pode registrar pessoalmente por adorar abraçar, reunir e festejar. E outro fato, também, por estar sozinha precisava todos os dias comunicar com familiares e dizer que estava bem e saudável, principalmente, quando tive Covid-19. Diante disso, pense-se em como está a comunicação dos hosteleiros com os turistas e se eles comunicaram algo.

Quadro 7 - Respostas/ Comunicação com o Turista

TURISTA	A comunicação do hostel nas mídias com seus clientes mudou? Qual foi a principal transformação?
H1	Mudou muito a nossa comunicação, fizemos diversos sorteios, promoções, etc., tudo para tentar agregar valor ao hostel e chamar atenção dos turistas. Hoje temos uma excelente comunicação principalmente através do <i>Instagram</i> porque investimos em patrocínios também.
H2	Não, os frequentadores de hostel vão continuar frequentando após pandemia, não tem o que transformar.
H3	O hosteleiro no geral ele começou a entender a importância através da mídia social, valorizou muito, foram centenas de milhares de <i>lives</i> , workshops, palestras digitais, vídeos, tutoriais então foi muita informação dedicada as mídias sociais a comunicação digital, e isso foi uma mudança, uma virada de página, na vida de todos os hosteleiros.
H4	Direcionar as postagens ao público brasileiro

Fonte: organização da autora (2021).

A comunicação é um fenômeno extremamente presente no Mundo, e essa se mostra nas mais variadas situações e de várias maneiras. Na condição de seres viventes e pensantes se está o tempo inteiro deparando com formas de comunicação, pois se pode dizer, com alguma segurança, que a comunicação é parte fundamental do modo como os seres humanos

se organizaram no Mundo (BRAGA, 2015), “o processo de globalização é um espaço para a exposição da diversidade de ideias, sentimentos e experiências originadas em vários lugares do Planeta” (REIGOTA, 1999, p. 45), e junto com a pandemia mudaram os consumidores e a comunicação.

A pandemia intensificou o uso da internet, através dessa que se estabelecia a comunicação com as pessoas que estavam próximas e com as quais não se podia manter o contato físico, com famílias, amigos, vizinhos etc. Era a forma de “ser visto”, de “falar” de não sentir tanto o peso do isolamento e da solidão. E com essa intensidade, produtos e serviços de pequenas a grandes empresas tiveram que se reajustar para atrair esse “novo olhar” do consumidor. E com o turismo não foi diferente, foi intenso, as propagandas tinham que mostrar que era “seguro” sair de casa, que todas as medidas de segurança sanitária estavam sendo tomadas pelos bares, restaurantes, atrativos e meios de hospedagem.

A pandemia trouxe mudanças no “olhar do turista”, para John Urry (2001, p.16), quando o turista viaja ele tende a olhar com interesse e curiosidade todo o ambiente que o cerca, que pode ser apreciado, ou ele espera isso, e esse olhar é “tão socialmente organizado e sistematizado quanto o olhar do médico”, em uma ordem diferente, mas até mesmo na “produção de um prazer “desnecessário”, existem, de fato muitos profissionais qualificados que ajudam a construir e desenvolver o olhar enquanto turistas”.

Esse interesse e curiosidade “abriu” um espaço para as questões relacionadas com as condições sanitárias, atualmente para alguns turistas não adianta o lugar ser “perfeito”, se esse não dispuser de álcool em gel, controle de temperatura, pessoas utilizando máscara, com condições impostas por uma ordem mundial no controle da pandemia.

Essa ordem social e organizada, que o autor menciona, teve uma ruptura, como se observa na fala de três hosteleiros, que passaram a utilizar mais uma ferramenta (internet) que antes não era muito utilizada, e um deles menciona que direcionou ao público brasileiro, uma vez que também diversas fronteiras estavam fechadas, estimulando o turismo doméstico. Apesar de ser escrito antes da pandemia, John Urry (2001, p.16) menciona que:

O olhar do turista modificou-se e desenvolveu-se (...) Não existe um único olhar do turista como tal. Ele varia de acordo com a sociedade, o grupo social e o período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença (...) não existe apenas uma experiência universal verdadeira para todos os turistas, em todas as épocas.

O olhar estava voltado para a pandemia, turistas pensando no retorno das viagens ou os que precisavam viajar preocupados com a saúde, o trade turístico aflito com os prejuízos econômicos e com o olhar nublado, pois não sabiam naquele momento quando tudo isso iria acabar para poder recomeçar. Assim, a motivação no ato de viajar está intrinsecamente ligada

pelo desejo de deixar algo do que buscar e que, para Holzer é (1997, p.178) “o momento em que o corpo, como elemento móvel, coloca-se em contato com o exterior e localiza o outro, comunicando-se com outros homens e conhecendo outras situações”. Jost Krippendorff (2001) ensina que viagem é comunicação, é comunicar-se com outras pessoas, travar conhecimentos. E eis que surge, nesse atual momento, também, turistas que modificaram seu olhar sobre a hospedagem hostel.

É necessário refletir sobre esse turista que busca essas experiências, atrativos dentro da hospedagem, que envolvam criatividade e acolhimento, para que o turista se sinta mais integrado e predisposto a interagir no ambiente e com as pessoas, para Spolon (2010, p. 205):

O ir e vir descrito mundo afora e que dá vigor à indústria do turismo e das viagens não é interrupto. As pessoas que vão e vêm de todos e para todos os lados, em definitivo temporariamente, têm naturalmente o desejo de parar. Entre o chegar e o partir a necessidade de estar.

E as imagens possuem esse “poder” de não só materializar os destinos turísticos, mas também manter e (re) elaborar imaginários (MELLO, 2015). Apenas um hosteleiro mencionou que não haverá mudanças na comunicação, talvez, seja por já utilizar a internet como um meio de divulgação ou por ter o público alberguista já consolidado. Outro fator importante a ser considerado é que as mídias sociais, no caso do *Instagram*, como já mencionado, não possuem custo para as empresas, sendo uma ferramenta gratuita e dependendo da quantidade de seguidores que o meio de hospedagem tiver pode conseguir patrocínios, ou você pode investir em patrocínios em pessoas que possuem milhares de seguidores, aumentando a visibilidade da hospedagem.

Chega-se, portanto, no “tom” da pandemia de acordo com o olhar dos hosteleiros, que buscaram a “sobrevivência” dos hostels. As tonalizações variam de acordo com o grau de transformação que produzem, o conjunto de práticas disponíveis para transformar uma faixa de atividade em uma determinada tonalização pode, presumivelmente, funcionar em ambas as direções (GOFFMAN, 2012). Observa-se que para nenhum foi fácil, todos tiveram e ainda possuem suas dificuldades, medos e incertezas. Estiveram sem o apoio do governo, os que alugavam o imóvel e possuíam o hostel longe de atrativos naturais tiveram mais dificuldades.

6 ÚLTIMOS APONTAMENTOS

A pandemia, em todas as partes do planeta, foi intensa e extensa, o tom principal das narrativas que fez emergir envolveu mortes, solidão, falta de dinheiro, desespero, e ação para buscar a sobrevivência. Antigos hábitos foram deixados para trás e novos foram impostos ao cotidiano: uso de máscaras, álcool em gel, etc. A situação mais problemática foi o isolamento social, pois os seres humanos são seres sociáveis. Durante esse tempo surgiram novas tentativas para mitigar o impacto negativo nas atividades econômicas e sociais, mas mesmo assim, o impacto foi forte e reverbera ainda hoje.

Estes últimos apontamentos são registros das consequências em desdobramento desta pandemia. Situa-se na pesquisa um grupo social e uma atividade cultural e econômica, Hostels e hosteleiros, que passaram momentos dramáticos e inéditos, e que ainda estão na luta para sobreviver e manter a atividade de turismo. É visível que o segmento do turismo foi o que teve um maior impacto, em decorrência da pandemia, tendo sido os meios de hospedagens o mais afetado, muitos bares e restaurantes, conseguiram de adaptar através de *delivery*, já os meios de hospedagens são dependentes, assim como o segmento de transporte, da presença humana.

É preciso também entender a esfera da mídia como um lugar privilegiado em que os acontecimentos “repercutem, são narrados, se dão a ver no seu desdobramento e em suas consequências” (FRANÇA; ALMEIDA, 2006, p. 6), sendo esse segmento que revela seu passado e descortina horizontes de possibilidades (FRANÇA; LOPES, 2017), trazendo mudanças relacionadas às novas formas de praticar o turismo, com oportunidades para pessoas que não possuem condições financeiras ou até mesmo o tempo para se deslocar para participação de eventos nacionais e internacionais, ainda, trazendo também oportunidades para realizarem *tours* virtuais em grandes museus, galerias de arte, atrativos turísticos etc., em lugares que, talvez, nunca pudessem visitar e que hoje estão “acessíveis” via internet.

O setor do turismo vem mostrando essas adaptações que foram necessárias ao enfrentamento deste novo cenário. Muitos fecharam “as portas” outros conseguiram continuar trabalhando com apenas uma porcentagem permitida. Discute-se, atualmente, que várias mudanças geradas nesse reinvento permanecerão no período considerado após a pandemia, outras cairão no esquecimento, mas o fato é que o turismo,

talvez, nunca mais seja experienciado com os mesmos modos de interação. Acredita-se que mesmo na dor, seja possível aprender algo, observa-se que as pessoas ficaram mais exigentes em relação à higiene dos lugares, dos alimentos e estão buscando lugares turísticos mais voltados para o contato com a natureza.

O olhar de alguns turistas sofreu alterações, não querem viajar com medo de contrair uma doença, querem se sentir seguros no meio de hospedagem, na alimentação, no contato com o próximo. Isso é observado no aumento de vendas de seguro de saúde, que cresceu em função da pandemia, os seguros oferecem consultas médicas, atendimentos emergenciais e até o diagnóstico da Covid-19.

Para Vera França (2017), sobre o acontecimento como ocorrência concreta do cotidiano que afeta e traz inquietações e esse demanda escolhas e provoca ações, ocasionando sentidos, que dizem da sociedade na qual o acontecimento ocorre. Sendo esse acontecimento um gerador de grande impacto na sociedade mundial. Assim, o potencial do acontecimento está no desafio de identificar, por meio desse, intenções que apontam para a preservação e/ou renovação da vida social (FRANÇA, 2017).

O principal consumo do turismo hoje sofreu alterações: antes eram bens e serviços, hoje a segurança sanitária vem em primeiro lugar, diante dessa nova realidade o maior conflito entre os proprietários dos hostels é como oferecer a segurança sanitária de acordo com o distanciamento social em um segmento de hospedagem, no qual os quartos e os ambientes na hospedagem são coletivos. E foi mencionado por eles que buscaram alternativas que envolvem quartos com menos ocupação ou destinados a casais.

Os *hostels* que mais sofreram impacto no estado de Mato Grosso foram os da capital Cuiabá. Destinos que estão ligados à natureza, como é o caso de Chapada dos Guimarães não sofreram tanto impacto. Podemos compreender essa distinção na afetação pelo fato de que Cuiabá tem como eixo principal o Turismo de Eventos, sendo esse suspenso na pandemia, e essa forma de Turismo está ainda passando por uma reestruturação de acordo com as normas sanitárias.

Ao final da coleta de dados, mais um hostel em Cuiabá havia sido fechado, em conversa com o proprietário, ele mencionou as despesas acumuladas durante a pandemia e que não observava um cenário de rápida recuperação na capital, decidiu mudar o hostel para Chapada dos Guimarães, pois a retomada do ecoturismo foi mais intensa e rápida que o de eventos na capital.

Constatamos que um dos resultados da pandemia está sendo a intensificação de viagens para destinos domésticos, lugares mais perto das moradias, uso de transporte próprio

e a intensificação de destinos naturais com menos fluxo de pessoas, que é o caso de Chapada dos Guimarães, distante 60km da capital do estado.

Os proprietários do Hostels mencionam que os grandes centros urbanos passaram a ser menos procurados por esses alberguistas, houve um aumento para lugares destinados mais à natureza, em função dos espaços serem abertos evitando também a aglomeração, ocasionando um maior impacto nesse segmento de hospedagem que estão distantes da prática do ecoturismo. Os proprietários mencionam que o pior momento foi o início da pandemia, com o fechamento dos atrativos, bares e restaurantes. Em desdobramento, eles continuam enfrentando outras dificuldades: não possuem nenhum apoio do governo, principalmente, aqueles que alugam o imóvel para hostel, esses tiveram que trabalhar em outra área (os que possuem o imóvel próprio não sofreram tanto com a pandemia).

Foram obrigados a investir mais em grupos fechados, de famílias ou de amigos; não colocam em um quarto hóspedes que não possuem vínculo pessoal e passaram a investir mais em ações relacionadas à saúde e à segurança sanitária. Todos tiveram que reduzir as tarifas, maior preocupação de um dos proprietários em um momento após pandemia será necessária a volta de tarifas mais altas, causando aflição se isso irá impactar novamente, alguns retiraram o café da manhã para essa redução, outros passaram a alugar por temporada, uns transformaram os quartos coletivos em casal. E todos os proprietários mencionam que no momento após pandemia os alberguistas continuarão frequentando essa hospedagem, por ser mais econômica.

Os hostels são meios de hospedagem que necessitam de um olhar mais intenso sobre esses, dentro da academia e também pelos órgãos competentes do turismo no Brasil. Envolve, ainda, muitos preconceitos relacionados que precisam ser trazidos à luz para que turistas possam viajar mais com um custo menor. A pandemia afetou os espaços internos, mas em nenhum momento foi mencionado sobre sua filosofia que consiste no intercâmbio cultural entre pessoas de diversos lugares do mundo. Ainda, chegando a principal ideia de *lugar*, um Hostel pode ser mencionado com sendo dos lugares repletos de valores culturais, contatos, representações, formas e conteúdos. Caracterizando-o como um lugar vivenciado que assume uma própria personalidade construído pela experiência de cada alberguista a partir da própria visão de mundo, ainda, de acordo com cada região mundial, no qual o HI se estabelece.

Não se pode considerar o hostel como sendo uma “ilha” dentro de uma cidade, mas uma modalidade hospedeira diferenciada. Desse modo, os hostels fazem parte de uma grande atividade socioeconômica que é o Turismo, podem ser considerados lugares repletos de intercâmbios culturais, aprendizados, conhecimento, relações humanas e, ainda, ser viável

economicamente fazendo com que diversas pessoas possam atuar, fortalecendo ainda mais as ideias do Turismo Social.

Em conversa com os hosteleiros, quase que em sua totalidade, eles mencionaram que Mato Grosso ainda não possui uma cultura forte de hospedagem, sendo a maioria de seus hóspedes de outros estados, confrontando com os dados do turismo do estado que mostrou serem os matogrossenses que mais praticam o turismo, então como trazer os matogrossenses para dentro do um hostel? Constata-se a fragilidade das políticas públicas e ações no estado durante a pandemia.

Espera-se com esta tese trazer a luz esse segmento de hospedagem que ainda não é reconhecido pelo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem e dar voz aos hosteleiros que durante a pandemia foram calados e desassistidos. Alertam-se aqueles que organizam e executam as políticas públicas do setor de Turismo no Brasil e em Mato Grosso. Sabe-se que esta mancha que o presidente Jair Messias Bolsonaro deixou no país nunca se apagará, mas se espera que nunca mais se repita. Tenta-se, mesmo que seja difícil, aprender algo com pessoas desumanas. Aprendeu-se o que nunca se deve fazer.

Esta pesquisa proporciona a compreensão de como a pandemia da Covid-19 afetou o cotidiano dos Hostels em Mato Grosso no contexto cultural contemporâneo. Um acontecimento observado como uma força que desloca os sentidos, palavras duras, críticas, apelos de sobrevivência da atividade. Deixando a ideia para futuras pesquisas, de novos relatos, talvez, em uma nova realidade, por meio de novos olhares.

REFERENCIAL TEÓRICO

ALMEIDA, M. C. **Para compreender la complejidad**. México: Sonora, 2008.

ATMÃ (2021) <https://atmarestaurante.com.br/2021/04/circuito-das-cavernas/>. Acesso em:23/02/2023.

ASSOCIAÇÃO CULTURAL FLOR RIBEIRINHA. Disponível em: <http://www.florribeirinha.com.br/Home/Pagina?nomePagina=SaoGoncaloBeiraRio>. Acesso em:23/02/2023.

BALASTRERI, Adyr Rodrigues. **Turismo e Espaço, rumo ao conhecimento transdisciplinar**. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação turística: a comunicação das secretarias municipais de turismo da Rota Romântica, Vale dos Sinos e Vale do Paranhana (RS). In: **Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0463-1.pdf> . Acessado em 21 de abril de 2021.

BARBOSA, L. G.M. (Coord.) **Centro de Estudos em Competitividade da FGV/EBAPE**. Disponível em: https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/02.covid19_impactoeconomico_turismo2_v07_fichacatalografica.pdf. Acesso em; 3 de fevereiro de 2022.

BARRETO, Mauricio Lima et al .O que é urgente e necessário para subsidiar as políticas de enfrentamento da pandemia de COVID-19 no Brasil? **Revista Brasileira de Epidemiologia**. 2020.

BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Coleção Turismo. Campinas: Papirus, 1999.

BAUM, T., & Hai, N. T. T. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(7), p. 2397 - 2407. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0242B>.

BENI, M. C. **Globalização do Turismo** - megatendências do setor e a realidade brasileira. São Paulo: Aleph, 2011.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 2002.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC/SP,1998.

BONITO HOSTEL, <http://bonitohostel.com.br/historico-e-filosofia-da-hostelling-international/>

BOTELHO, Isaura. **Dimensões da cultura e políticas públicas**. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v. 15, n. 2, 2001 . Disponível em: . Acesso em:02/04/2006.

BRAGA, José Luiz. **O grau zero da comunicação**. (2015). Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/joseluiz-textocompleto_2827.pdf. Acesso em: 07 junho. 2018.

BRASIL, Ministério do Turismo (2020c). **Ministério do Turismo apresenta programa "Turista Protegido"**. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2020/05/selo-reconhecera-estabelecimentos-que-seguem-boas-praticas-contra-a-covid-19>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2020.

BROUDER, P. **Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world**. *Tourism Geographies*, 22(3), 484-490, 2020.

BROUDER, P., Teoh, S., Salazar, N. B., Mostafanezhad, M., Mei Pung, J., Lapointe, D., Clausen, H. B. (2020). **Reflections and discussions: tourism matters in the new normal post COVID-19**. *Tourism Geographies*, 22(3), 735-746.

BUENO; SOUTO; MATTA. **Notas sobre a Trajetória da Covid-19 no Brasil**

..... 27 Flávia Thedim Costa Bueno, Ester Paiva Souto e Gustavo Corrêa Matta Os impactos sociais da Covid-19 no Brasil: populações vulnerabilizadas e respostas à pandemia / organizado por Gustavo Corrêa Matta, et al. – Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2021. 231 p. : il. ; graf. (Série Informação para Ação na Covid-19) ISBN: 978-65-5708-032-0 Site: <http://books.scielo.org>

CÂMARA DOS DEPUTADOS. (2020). Decreto n. 6, de 20 de março de 2020. Declara estado de emergência nacional devido ao impacto da pandemia do COVID-19 (Coronavírus). Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decleg/2020/decretolegislativo-6-20-marco-2020-789861-norma-pl.html>. Acesso: 16 de fevereiro de 2021.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Definiciones em transición**. In: MATO, Daniel (org.) Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales em tiempos de globalización. Buenos Aires, Clacso, 2001, p.65.

CAPONI, Sandra. **Covid-19 no Brasil: entre o negacionismo e a razão neoliberal**. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/tz4b6kWP4sHZD7ynw9LdYYJ/?lang=pt> acesso em fevereiro de 2023.

CASTROGIOVANNI, A. C. **A geografia do espaço turístico como construção Complexa da Comunicação**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2004.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura política e política cultural**. São Paulo: Estudos Avançados 9 (23), 1995, p.71-84.

CORIOLOANO, Luzia Neide M.T. **Do local ao global: o turismo litorâneo cearense**. Campinas SP: Papyrus 1998 (Coleção Turismo).

CORREA, Roberto Lobato, ROSENDAHL, Zeny (Org.). **Geografia Cultural**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

CUCHE, Denys. **O Conceito de Cultura nas Ciências Sociais**. Tradução de Viviane Ribeiro. 2 ed. Bauru: EDUSC, 2002.

CONTROLARE. <https://www.controlare.com.br/blog/anvisa/atuacao-da-vigilancia-sanitaria-em-bares-e-restaurantes/>. Acesso em: 24/02/2023.

DEWEY, J. **Arte como experiência**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

DEWEY, J. **Ter uma experiência**. In: BOYDSTON, Jo Ann (org.). *Arte como Experiência*. Tradução Vera Ribeiro. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

DIAS, C.M.M (Org). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Que emoção! Que emoção?** Tradução de Cecília Ciscato. São Paulo: Editora 24, 2016.

EISENHARDT, K.M. (1989) Building theories form case study research. **Academy of Management Review**. New York, New York, v. 14 n. 4.

ELLIOTT, A., & URRY, J. **Mobile Lives**. Routledge, 2010.

ELLIOTT, A.; URRY, J. **Mobile Lives** London: Routledge, 2010. 194 p.

EMBRATUR. **Projeto dos Albergues da Juventude**. Rio de Janeiro: Embratur, 1987. *Epidemiologia*, v.23, Editorial, p.e200032(1-4), abr. 2020.

EMBRATUR. Instituto Brasileiro de Turismo, disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/orgaos/instituto-brasileiro-de-turismo> acesso em fevereiro de 2023

EXPOSIÇÃO CERRADO PATRIMÔNIO DOS BRASILEIROS. Disponível em: <http://cerrado.museuvirtual.unb.br/index.php/meios/relevo-geologia>. Acesso em: 23/02/2023.

FRANÇA, V. R. V. **O crime e o acontecimento midiático**. In: *O acontecimento e a mídia*. In: *Galáxia*, São Paulo online, n 24, p. 10-21, dez. 2012.

FRANÇA, V. R. V. **O crime e o trabalho de individuação do acontecimento no espaço midiático**. *Caleidoscópio*, Lisboa, v. 10, p. 59-72, 2011. _____. *O acontecimento para além do acontecimento: uma ferramenta heurística*. In: FRANÇA, V. R. V.

FRANÇA, Vera Veiga; LOPES, Suzana Cunha. **Análise do acontecimento: possibilidades metodológicas**. *Event analysis: methodological possibilities*. In: V.11 - Nº 3 set./dez. 2017 São Paulo – Brasil.

FIGUEIREDO, Silvio Lima. Paper do NAEA. Volume 1, Número 3, Edição/Série 473 **Turismo e pandemia: impactos e estruturação das práticas e políticas no Brasil e estado do Pará**.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ (2020). **Coronavírus: Perguntas e respostas**. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/coronavirus/perguntas-e-respostas>. Acesso: 21 de fevereiro de 2021.

FUSTER, Fernandez. **Introducción a la teoría y técnica del turismo**. Tomo I. Madrid: Alianza Editorial, 1974.

FIOCRUZ <https://portal.fiocruz.br/noticia/estudo-com-pacientes-infectados-reforca-eficacia-das-mascaras-contracovid-19> acesso em fevereiro de 2023

FRANÇA, V. R. V.; OLIVEIRA, L. (Orgs.). **Acontecimento**: reverberações. Belo Horizonte: Autêntica, 2012. p. 21-38.

FRANÇA, V. R. V.; OLIVEIRA, L. A individualização do acontecimento no quadro da experiência pública. **Caleidoscópio**, Lisboa, v. 10, p. 13-37, 2011b.

FRANÇA, V. R. V.; OLIVEIRA, L. Entre o facto e o sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos, Revista de Comunicação, Cultura e Educação**, Lisboa, v. 6, 2005, p. 59-75.

FRANÇA, V. R. V.; OLIVEIRA, L. **Por uma abordagem pragmatista dos acontecimentos**. Eco-Pós, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 176-183, 2011a. Entrevista concedida a Leandro Rodrigues Lage e Tiago Barcelos Pereira Salgado.

GAETA, Cecília (Org.). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Senac, 2010.

GASTAL, S. A. (2020). Turismo em tempos de COVID-19: Perguntas fortes, respostas fracas. **Cenário – Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, 8(14), p. 101-109. <https://doi.org/10.26512/revistacenario.v8i14.32167>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2022.

GAZETA. **Mortes da Covid-19 mancham a imagem do Brasil no exterior** <https://www.gazetadopovo.com.br/republica/brasil-imagem-imprensa-mundial-pandemia/> acesso em fevereiro de 2023.

GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. Sentidos, sabores e cultura: a gastronomia como experiência sensorial e turística In: GAETA, Cecília, NETTO, Alexandre Panosso (Org.). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Senac, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

GOFFMAN, E. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise**. Petrópolis: Editora Vozes. 2012.

GOFFMAN, Erving. **Interaction ritual**: essays on face-to-face behavior. Nova York, Pantheon Books. 1967.

GOFFMAN, Ervin. **Frame analysis**: an essay on the organization of experience. Boston, Northeastern University Press. 1986.

GOFFMAN, Erving. (2002), "**Footing**", in B. T. Ribeiro e P. M. Garcez, (orgs.), *Sociolinguística interacional*, 2. ed., São Paulo, Loyola, 2002.

GOFFMAN, E. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise**. Petrópolis: Vozes, 2012. 716p.

GOODE, William J.; HATT, Paul K. **Métodos em pesquisa social**. São Paulo: Nacional, 1975.

GODOY, Arilda Schmidt. PESQUISA QUALITATIVA TIPOS FUNDAMENTAL. **Revista de Administração de Empresas São Paulo**, v. 35, n.3, p. 20-29.

<https://www.scielo.br/j/rae/a/ZX4cTGrqYfVhr7LvVyDBgdb/?format=pdf&lang=pt> acesso em fevereiro de 2023

GOSSLING, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. **Journal of Sustainable Tourism**, AOP, 1-20. Doi: 10.1080/09669582.2020.1758708.

GÖSSLING, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. **Journal of Sustainable Tourism**, p. 1-20. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>. Acesso em: 15 maio de 2021.

GRUPO DE TRABALHO INTERMINISTERIAL MMA-MICT-IBAMA-EMBRATUR
Diretrizes para a política nacional de ecoturismo. 1994, 18p. Disponível em: Acesso em: 25 de janeiro de 2023.

HANNAM, K., Butler, G., & Paris, C. M. Developments and key issues in tourism mobilities. **Annals of Tourism Research**, 44(1), 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.09.010>. Acesso em: 6 de abril de 2021.

HAYAKAWA, S.A. **Linguagem no pensamento e na ação**. São Paulo: Pioneira, 1963. (Coleção Turismo).

HEIDEGGER, Martin. (1992). Batir, Habiter, pensar. In: HEIDEGGER, M. *Essais et Conférences*. Paris: Gallimard, pp. 170-193

HEIDEGGER, Martin. **Ser e tempo**. Petrópolis: Vozes, 1997.

HEIDEMANN, Leonardo Albuquerque, OLIVEIRA, Ângelo Mozart Medeiros de. Ferramentas online no ensino de ciências: uma proposta com o Google Docs, Física na Escola, V. 111, n. 2, 2010.

HOSTELLING INTERNACIONAL BRASIL. **Histórico**. Disponível em: <http://www.hostel.org.br/pg.php?hi=historico> Acesso em: 20 de maio de 2021.

HNT NOTÍCIAS. <https://www.hnt.com.br/cidades/quase-15-hoteis-fecharam-as-portas-em-cuiaba-e-varzea-grande/164309>. Acesso em:20/01/2023.

IBGE <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mt/cuiaba/panorama> acesso em fevereiro de 2023

ICMBIO. <https://www.icmbio.gov.br/parnaguimaraes/o-que-fazemos.html>. acesso em: 23/02/2023.

IPHAN. <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/368/> acesso em fevereiro de 2023

KANDEL N, Chungong S, Omaar A, Xing J. Health security capacities in the context of COVID-19 outbreak: an analysis of International Health Regulations annual report data from 182 countries. **Lancet** 2020; 395(10229):1047-1053.

KRINPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo, para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2001.

KRINPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo, para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2001.

LODGE, EK, SCHATZ, AM e Drake, JM (2020). Mudança de Comportamento da População Protetora em Surto de Doenças Infecciosas Emergentes. *bioRxiv*, 2020.2001.2027.921536. doi: 10.1101/2020.01.27.921536. Disponível em: <https://www.ceid.uga.edu/2020/02/24/protective-population-behavior-change-in-outbreaks-of-emerging-infectious-disease/>. Acesso em: 12 de janeiro 2022.

LOWY, I.; BERLIVET, L. The problem with chloroquine. Epistemologists, methodologists, and the (mis) uses of medical history. **História, Ciências, Saúde** - Manguinhos. p.3-8, 2020. Disponível em: <<http://www.revistahcsm.coc.fiocruz.br/english/the-problem-with-chloroquine-epistemologists-methodologists-and-the-misuses-of-medical-history/>>. » <http://www.revistahcsm.coc.fiocruz.br/english/the-problem-with-chloroquine-epistemologists-methodologists-and-the-misuses-of-medical-history> acesso em fevereiro de 2023

MANTECÓN, Alejandro. La crisis sistémica del turismo: una perspectiva global em tiempos de pandemia. **Turismo pos-COVID-19 Reflexiones, retos y oportunidades**. La Laguna, España, 1ª Edición, ISBN: 978-84-09-21816-5, p. (19-29) Julio 2020. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=770475>. Acesso em: 15 de agosto de 2021.

MANZI, Gian, Yuri. **Epistemologia da comunicação** [manuscrito] : Uma discussão sobre a dupla natureza do objeto comunicacional a partir de uma fenomenologia da comunicação/ Yuri Manzi.

MARTÍN, Raúl Hernández. Un enfoque sistémico para entender y afrontar la crisis turística. **Turismo pos-COVID-19 Reflexiones, retos y oportunidades**, , La Laguna, España, 1ª Edición, ISBN: 978-84-09-21816-5, p. (45-49) Julio 2020. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=770475>. Acesso em: 15 de agosto de 2021.

MAPAS.cultura.gov.br
[http://mapas.cultura.gov.br/busca/##\(global:\(enabled:\(space:!t\),filterEntity:space\),space:\(key word:'Cuiab%C3%A1'\)\)](http://mapas.cultura.gov.br/busca/##(global:(enabled:(space:!t),filterEntity:space),space:(key word:'Cuiab%C3%A1'))) acesso em fevereiro de 2023.

MARTINS, L. A. V. & FLORES, L. C. S . Comportamento Estratégico: Perfil dos Gestores Hoteleiros da Região do Vale do Itajaí/Santa Catarina. **Revista Hospitalidade**, 14 (2) , 01-23. 2017.

MELLO, C. M. O modelo semiótico de análise e leitura sensorial de fotografias turísticas. **Revista Hospitalidade**, 12(1), jun. 2015.

MELLO, C. M.O modelo semiótico de análise e leitura sensorial de fotografias turísticas. **Revista Hospitalidade**, v. 12, n. 1, p. 488-514, 2015.

MINGUET, Helene. **Introdução**. In: LA CONDAMINE, Charles-Marie de. Viagem pelo Amazonas, 1735-1745. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira, 1992.

MOLINA, S. E. **El posturismo. Mexico: Conceptualización del turismo.México**: Limusa, 2000.

MONTEJANO, J.M. **Estrutura do mercado turístico**.São Paulo: Roca, 2001.

MONTEJANO, Jordi Montaner. **Estrutura do mercado turístico**. 2ª ed. São Paulo: ROCA, 2001.

MORIN, E. *Ciência com consciência*. Tradução de Maria Alexandre e Maria Dória. (8. ed.) Bertrand, 2005.

MUR-SANGRÁ, M. (2020). **Situación del empleo después de la crisis**. En F.J. Bauza-Martorell y F.J. Melgosa-Arcos (Dir.), El turismo después de la pandemia global (pp. 2-10). Madrid: AECIT.

MARCELO DE PAULA ([s.d]) Chapada dos Guimarães.
https://ambientes.ambientebrasil.com.br/unidades_de_conservacao/artigos_ucs/chapada_dos_guimaraes.html. Acesso em: 20/02/2023.

MEDAGLIA, Juliana; ORTEGA, Cristina Dotta. Mediação da informação em turismo: um estudo introdutório. InCID: **Revista de Ciência da Informação e Documentação**, USP: Ribeirão Preto, v. 6, n. 2, p. 126-147, set. 2015/fev. 2016. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/incid/article/view/89926/103991> Acessado em: 31.mai.2021.

MANZI, Gian, Yuri. **Espistemologia da comunicação** [manuscrito] : Uma discussão sobre a dupla natureza do objeto comunicacional a partir de uma fenomenologia da comunicação/ Yuri Manzi Giani. -2015. ccx, 12 f

MORENO, HIGA. **Geografia de Mato Grosso: território, sociedade, ambiente** / *Gislaine* Moreno, Tereza Cristina Souza Higa (orgs.); colaboradora Gilda Tomasini Maitelli. — Cuiabá : Entrelinhas, 2005. 296 p.; il.

MOTA J.S. Utilização do google forms na pesquisa acadêmica. **Revista Humanidades e Inovação** 6(12):372-380. 2019. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/1106> Acesso em 09 de julho de 2020.

MERTENS, Donna. **Research methods in education and psychology: integrating diversity with quantitative & qualitative approaches**. London: Sage Publications, 1998.

NASH, Robert; THYNE, Maree & DAVIES, Sylvie. An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: a case study of backpacker tourists and the Scottish Youth Hostels Association. In: **Tourism Management: London**, v. 27, n. 3 p. 525–532, jun/2006. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517705000154> Acessado em: 01.jun.2021.

NIJS, Fernand. **Viagem ao Mato Grosso: Etudes Coloniales**, n. 8, Bruxelas, 1901, p. 34 (mimeo).

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. 3ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, L. (Orgs.). **Acontecimento: reverberações**. Belo Horizonte: Autêntica, 2012. p. 39-51. FRANÇA, V. R. V.; GUIMARÃES, C.; VAZ, P. B. *Imagens do Brasil – modos de ver, modos de conviver*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

ONU. <https://brasil.un.org/pt-br/134140-impacto-da-covid-19-no-turismo-pode-custar-4-trilhoes-de-dolares-para-economia-global-alerta>

Open EDITION <https://journals.openedition.org/eces/1101?lang=pt> Acesso em fevereiro de 2023

OITS. Organização Internacional de Turismo Social. Turismo justo e sustentável para todos. Disponível em: . Acesso em: 26/01/2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). Introdução ao turismo. Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001. _____. Turismo internacional: uma perspectiva global. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PATIENTS L, Taylor D, Lindsay AC, Halcox JP. **Aerosol and Surface Stability of SARS-CoV-2 as Compared with SARS-CoV-1**. New Engl. 2020.

PEDRO P. DE OLIVEIRA¹ E RODRIGO D. L. PORTARI. **Três ideias sobre a política da morte e uma figura pública**. número 31 | volume 16 | janeiro - junho 2022 112
DOI:10.11606/issn.1982-677X.rum.2022.200395. revista Rumores

PEARCE, Douglas G. **Geografia do turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens**. São Paulo: Aleph, 2003.

PÓVOAS, L. **História da cultura mato-grossense**, Cuiabá: edição do autor, 1982.

POCOCK, D.C.D. **Place and the novelist**. Transactions of the Institute of British Geographers N.S., pp. 337-347. 1981.

POPE, Catherine; MAYS, Nicholas. **Pesquisa qualitativa na atenção à saúde**. 2ª edição. Porto Alegre: Artmed, 2005. 118 p.

QUÉRÉ, L. L'espace public comme forme et comme événement. In: JOSEPH, I. (Org.). **Prendre place. Espace public et culture dramatique**. Colloque de Cérizy. Paris: Ed. Recherches. 1995. p. 93-110.

QUÉRÉ, L. **A dupla vida do acontecimento: por um realismo pragmatista**.

QUÉRÉ, Louis. Acontecimento e experiência pública. **Caleidoscopio 11_Caleidoscopio 8.qxd 21-06-2011 00:07** Página 13. Disponível em:
<https://recil.ensinolusofona.pt/bitstream/10437/6050/1/Louis%20Quere.pdf>. Acesso em: 26/01/2023.

QUÉRÉ, Louis. A dupla vida do acontecimento: por um realismo pragmatista. In: FRANÇA, Vera Regina Veiga; OLIVEIRA, Luciana de. In: **Acontecimento: Reverberações**. Autêntica Editora: Belo Horizonte – MG, p. 21-38, 2012.

REIGOTA, Marcos. **Ecologistas**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 1999.

RELPH, Edward C. **As bases fenomenológicas da Geografia**. *Geografia*. Rio Claro, v. 4, n. 7, abr. 1979, p. 1-25.

RIVERA, César Sar. Para viajar será necessário más que un pasaporte y solvência económica. **Turismo pos-COVID-19 Reflexiones, retos y oportunidades**. La Laguna, España, 1ª Edición, ISBN: 978-84-09-21816-5, p. (83-91) Julio 2020. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=770475>. Acesso em: 15 de agosto de 2021.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. 14ª ed. São Paulo: Brasiliense (Coleção primeiros passos;110), 1996.

SESSA, A. **Turismo e política de desenvolvimento**. Porto Alegre: Uniontur, 1983.

SHELLER, M., & Urry, J. (2006). The new mobilities' paradigm. **Environment and Planning A: Economy and Space**. 38(2). Disponível em: <https://doi.org/10.1068/a37268>. Acesso em: 7 de fevereiro 2022.

SHELLER, M., & URRY, J. **Tourism Mobilities: places to play, place in play**. Routledge: 2004.

SEDEC, 2022. RELATÓRIO DA PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE MATO GROSSO, 2022.

STAKE, Robert. **The Art of Case Study Research**. London: Sage Publications, 1995.

SMITH, Stephan. **Practical tourism research**. Wallingford: Cabi International, 2010.

SILVA, Edil P. **O cotidiano dos viajantes nos caminhos fluviais de Mato Grosso no século XIX**. <https://docplayer.com.br/9145871-O-cotidiano-dos-viajantes-nos.html>. Acesso em: 25/01/2023.

SHI, Q., & Liu, T. (2020). **Should internal migrants be held accountable for spreading COVID-19?** *Environment and Planning A: Economy and Space*, 52(4), 695-697. Doi: 10.1177/0308518X20916764.

SIMMEL, G. **O indivíduo e a liberdade**. In: SOUZA, J.; ÖELZE, B. (Org). *Simmel e a modernidade*. 2. ed. Brasília: UnB, 2005a. p.107- 115.

SOLON, Ana Paula Garcia. *Once upon a Hotel*, In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (Org.). **Turismo de Experiência**. São Paulo: Senac, 2010.

SCHUTZ, Alfred. **Fenomenologia das Relações Sociais**. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.

TOME, Luciana Mota. **Caderno Setorial ETENE**. Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste – ETENE Ano 5, Nº 124. Setor de turismo: impactos da pandemia, 2020.

TRIBE, John, 1997, The Indiscipline of Tourisme, **Annals of Tourism Research**, vol. 24, nº 3 pp. 638-657

TROTTA, Joaquim. **Educação e correlação: experiência internacional e regional: os Albergues da Juventude para jovens e jovens de espírito**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1978.

TUAN, Yi-fu. **Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: Difel, 1983.

TURISMO RURAL <http://www.turismoruralmt.com/2011/06/conhecamos-um-pouco-sobre-o-municipio-de.html> acesso em fevereiro de 2023

TURISMO SPOT <https://turismospot.com.br/o-indice-de-competitividade-turistica-do-forum-economico-mundial-como-esta-o-posicionamento-do-brasil/> acesso em fevereiro de 2023

TUAN, Yi-fu. **Espaço e Lugar**: a perspectiva da experiência. São Paulo: Difel, 1983.

TUAN, Yi-Fu. (1979). Space and place: humanistic perspective. In: GALE, S. OLSSON, G (orgs.) **Philosophy in Geography**. Reidel, pp. 387-427.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. A viagem como experiência significativa In: GAETA, Cecilia.

UNWTO. (2020). **World Tourism Barometer** May 2020 Special focus on the Impact of COVID-19. Disponível em: www.unwto.org. Acesso em 3 de fevereiro 2021

URRY, J. (2000). **Sociology Beyond Societies**: Mobilities for the Twenty-First Century. Routledge. Abingdon: Routledge, 2012.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001.

VOO VIRTUAL. <https://www.voovirtual.com/t4718-fsx-voando-pelo-brasil-cuiaba>. Acesso em: 20/01/2023.

WEINTRAUB, Acam, Noal DS, Vicente LN, Knobloch F. **Atuação do psicólogo em situações de desastre: Reflexões a partir da práxis**. *Interface (Botucatu)* 2015; 19 (53):287-297.

WORLD TOURISM ORGANIZATION [UNWTO]. (2020, abril 28). *COVID-19 related travel restrictions a global review for tourism. Second report*. Disponível em: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/TravelRestrictions%20-%2028%20April.pdf>. Acesso em: 25 de Janeiro 2022.

YIN, R.K. **Case study research, design and methods** (applied social research methods). Thousand Oaks. California: Sage Publications, 2009.