

A ANÁLISE ETNOMETODOLÓGICA DO TURISMO COMO PRÁTICA NUMA ORLA MARÍTIMA NO NORDESTE BRASILEIRO

Erica Dayane Chaves Cavalcante*
Marcelo de Souza Bispo**

Resumo

Este artigo objetivou analisar etnometodologicamente os processos organizativos do turismo como prática na orla marítima de João Pessoa/PB (Brasil). A etnometodologia foi o método utilizado para a pesquisa empírica, com a realização de visitas à orla marítima, com base nas quais ocorreram observações, conversas informais, entrevistas e foram tomadas notas de campo. Os dados foram analisados com base no referencial teórico, assim como nos questionamentos norteadores dos cinco conceitos-chave da etnometodologia garfinkiliana. Como resultados, observou-se que o turismo não ocorre de maneira avulsa e isolada em distintos lugares, mas de forma entrelaçada, carrega uma série de relações, símbolos, valores e regras sociais que são perpassados pelas gerações, fazendo com que um dado espaço possa ser caracterizado e considerado turístico. O turismo passa a ser um elemento central na organização do espaço turístico, ou seja, é ele que justifica e alicerça os processos organizativos realizados por grupos sociais na orla marítima. Conclui-se que, como campo de práticas, a orla marítima se trata de um espaço complexo em virtude de sua importância social, econômica e ambiental, em que múltiplos interesses e usos, pautados pelo turismo, estão presentes cotidianamente e evidenciam a importância desse espaço.

Palavras-chave: Turismo como prática. Práticas sociais. Processos organizativos. Orla marítima. Etnometodologia.

THE ETHNOMETHODOLOGICAL ANALYSIS OF TOURISM AS AN ORGANIZING PRACTICE IN A WATERFRONT OF NORTHEAST BRAZIL

Abstract

This article aims to analyze the organizational processes of tourism as a practice in the João Pessoa/PB (Brazil) waterfront from an ethnomethodological point of view. The ethnomethodology was also the method used for empirical research. Indeed, there were visits to the waterfront, from which observations, informal conversations, field notes and interviews were made. Data were analyzed based on the theoretical framework as well as the guiding questions of the five key concepts of Garfinkilian ethnomethodology. As a result, there are several events that make up the tourism such as an expression of the waterfront. Tourism does not occur in isolation in different places, but imbricated and carries a series of relationships, symbols, values and social rules that are uttered through generations causing a given space can be considered touristic. Tourism becomes a central element in the organization of tourist space, i.e, it is that justifies and underpins the organizational processes carried out by social groups in waterfront. In conclusion, as field practices, the waterfront is

*Doutoranda em Administração pelo Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba. Professora do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: ericaccx@gmail.com

**Doutor em Administração pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Professor do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: marcelodesouzabispo@gmail.com

a complex space due to its social, economic and environmental importance, where multiple interests and uses, guided by tourism, are daily present and demonstrate the complexity and importance of this space.

Keywords: Tourism as practice. Social practice. Organizing. Waterfront. Ethnomethodology.

Introdução

É possível analisar o turismo sob diferentes lentes, a exemplo da geografia e as noções de lugar, deslocamento, meio ambiente e paisagem (CASTROGIOVANNI, 2003; LE SANN, 2006; MARUJO; CRAVIDÃO, 2012); da economia, enquanto indústria do setor de serviços e sua cadeia produtiva (BARRETO, 2003; BENI, 2004a, 2004b; COSTA, 2005); da sociologia, a qual reflete a ação humana como relações sociais e de múltiplos interesses (COHEN, 1979, 1984; URRY, 2001, 2007); entre outras.

Assim, o turismo também pode ser considerado como um tema de interesse dos estudos organizacionais, em seu sentido *lato sensu*, que possui um caráter de conhecimento interdisciplinar que não se restringe apenas à área de administração como muitos imaginam. Os conceitos de organizar (*organizing*) e de organização (*organization*) vão além da ideia de administração ou empresa, abrindo espaço para uma compreensão mais ampla em que os processos organizativos e a múltiplas formas de organizar ganham espaço (TSOUKAS; KNUDSEN, 2003; CZARNIAWSKA, 2013).

Neste artigo, pensa-se as organizações com base em uma perspectiva sociológica processual, *organizing* (WEICK, 1979; GHERARDI, 2006; CZARNIAWSKA, 2008, 2013), que é sustentada pela epistemologia das práticas sociais (NICOLINI, 2013), as quais assumem os seguintes pressupostos: a) significados próprios e situados; b) o preestabelecimento do período temporal de uma ação; c) o reconhecimento social de onde ela acontece; d) que a organização é um organismo dinâmico e processual derivado das práticas.

Weick (1979) assegura que a utilização do substantivo organização imprime a ele uma noção de rigidez e estrutura estática. Para o autor, assim como para Cooper e Law (1995), os fenômenos organizacionais poderiam ser mais bem captados se adotada uma noção de organização como verbo (*organizing*), evidenciando sua natureza ativa e processual e, ainda, se os estudiosos focassem mais no processo de organizar, ao invés da estrutura organizacional fruto desse processo.

Ao se recuperar a ideia de processos organizativos, oferece-se às organizações – aqui representadas pelo turismo como um processo organizativo – um novo olhar, buscando compreender outras realidades organizacionais baseando-se em uma perspectiva processual e como o turismo enquanto prática produz uma organização social.

Essa opção teórico-epistemológica favorece estudar o turismo como uma atividade performática, dinâmica, complexa e que busca romper com a ideia de que se trata de um fenômeno resumido à ideia de *home and away* já criticada por alguns autores da área (COHEN; COHEN, 2012).

Essa nova perspectiva reforça o que autores como Enzensberger (1996), Jóhannesson (2005), Van der Duim (2007), Ren (2011), assim como Cohen e Cohen (2012), defendem sobre a necessidade de que o turismo seja estudado a partir de novos olhares e pressupostos. Portanto, alinhada à epistemologia das práticas, a etnometodologia foi o método de investigação utilizado no estudo dos processos organizativos do turismo como prática na orla marítima de João Pessoa/PB (Brasil), considerada uma organização resultante de uma textura de práticas (GHERARDI, 2006, 2012).

A escolha da orla como objeto de estudo está alinhada à importância que esse tipo de espaço possui para as cidades, especialmente naquelas onde há turismo, e a orla marítima assume papel de protagonista, o que é o caso da cidade de João Pessoa/PB. Trata-se de um espaço complexo em virtude de sua importância social, econômica e ambiental, em que múltiplos interesses e usos estão presentes cotidianamente e evidenciam a complexidade e a importância desse espaço.

Com efeito, este estudo partiu do seguinte questionamento: como ocorrem os processos organizativos do turismo como prática (TuP) na orla marítima de João Pessoa/PB (Brasil)? Com base nesse questionamento, objetivou-se analisar etnometodologicamente os processos organizativos do TuP na orla marítima de João Pessoa/PB.

Após esta introdução, o artigo segue com a apresentação de um breve referencial teórico sobre os Estudos Baseados em Prática (EBP) e o turismo, no qual o conceito de prática é apresentado e relacionado à atividade turística. Em seguida, é apresentada a estratégia de investigação desta pesquisa, incluindo sua operacionalização. Na sequência, é exposta a análise etnometodológica do turismo como prática e seus processos organizativos na orla. Por fim, são tecidas algumas considerações finais que visam refletir sobre os resultados da pesquisa.

Turismo e os Estudos Baseados em Prática (EBP)

Ao fazer um levante histórico do que é o turismo, é possível perceber que ele é comumente associado à história da humanidade, com seu engendrar nas sociedades primitivas, no ato de viajar ou na busca pelo prazer (TORKILDSEN, 1992).

Em seu estudo, intitulado "Teoria do turismo", Enzensberger (1996) faz um resgate do turismo, apresentando a sua evolução e alguns marcos, baseado na visão de críticos e historiadores, apontando ainda resquícios da negligência que o tema vem sofrendo desde a sua criação em 1800. Nas palavras do autor (1996, p. 120): "Temos uma história dos povos – mas a história de pessoas ainda tem de ser escrita. É por isso que o turismo, como algo das pessoas, ainda carece de autocompreensão histórica".

Sabendo dos elementos históricos a partir dos quais o turismo foi construído, percebe-se que ainda não existe uma consolidação enquanto unidade teórica a respeito do campo, este se encontra em construção e possui diferentes nuances. Edensor (2001, p. 61) sugere que, independentemente da perspectiva emprestada ao estudo do turismo, é necessário analisá-lo sem desconectá-lo do cotidiano, dado que ele acontece de forma entrelaçada ao quadro sociocultural do destino, tanto que é algo corriqueiro, comum a todos aqueles que integram esse quadro. Além disso, o turismo não é um campo de estudo isolado, ele encontra pontos de convergências com muitos campos de estudo, dentre os quais o de estudos organizacionais (FREITAG; TISCOSQUI; MORETTO NETO, 2011).

Neste estudo, o turismo é compreendido como um fenômeno organizacional, portanto, sendo uma das possibilidades de tema dos estudos organizacionais. Tal opção ocorre por considerarmos o potencial das teorias organizacionais para contribuir na compreensão do turismo, além de ser uma possibilidade de superar a fragilidade da plataforma teórica do turismo enquanto campo isolado de estudo (JÓHANNESSON, 2005; REN, 2011).

Desse modo, neste estudo, os processos organizativos do turismo são observados com base na epistemologia da prática, sob o guarda-chuva dos chamados Estudos Baseados em Prática – EBP (GHERARDI, 2006, 2012; NICOLINI, 2013), cuja ênfase se encontra nos fenômenos do cotidiano organizacional. Mas, afinal, o que são os EBP? O que é prática? Assim, torna-se necessário conhecer esses termos e, ainda, a noção de processos organizativos como um conceito integrante à prática.

Os EBP tratam de uma abordagem que permite compreender a ordem social e os fenômenos coletivos que ocorrem nos processos organizativos (GHERARDI, 2006; BISPO; GODOY, 2012), tendo por processos organizativos, ainda na concepção dos autores, o conjunto de ações realizadas continuamente num movimento dinâmico de organizar. Nesse sentido, para Cooper e Law (1995), trata-se de uma forma de organização em torno da prática que assume um caráter ativo e contínuo, visto que seus processos geram resultados inacabados ou parciais e, ainda, fenômenos de diversas naturezas.

No contexto das práticas, ao se utilizar o termo prática, este passa a ter um significado mais amplo que o entendimento comum de rotina e atividades, o que na concepção de Gherardi (2006) torna difícil conceituá-lo sem limitar seu significado.

Contudo, a autora afirma que as práticas podem ser entendidas baseando-se em princípios, dentre os quais estão a criação de significados no contexto social mediante a recursividade da prática e o seu reconhecimento perante os atores sociais. Além disso, as práticas ocorrem ao longo do tempo, podendo renovar-se, são realizadas de modo não reflexivo e refletem como o mundo se organiza, constrói, reconstrói, portanto, o mundo e os fenômenos sociais como produtos inacabados. Com efeito, a prática se trata de “um modo relativamente estável no tempo e socialmente reconhecido de ordenar elementos heterogêneos em um conjunto coeso” (GHERARDI, 2006, p. 34).

Ainda conforme a autora, o mundo social se estrutura e se reconstrói baseado na ação dos atores sociais e na sua interação, estes podendo ser humanos e não humanos. O curso dessas ações faz com que as organizações se perpetuem ou se transformem em novas configurações ao longo do tempo. Isso reflete o modo como o turismo é visto neste trabalho, como uma prática sustentada por processos organizativos, ou ainda, um conjunto de atividades que juntas foram uma prática – o turismo.

Alinhados a essa visão sobre o turismo, os estudiosos da área (p. ex. JÓHANNESSON, 2005; PAGET; DIMANCHE; MOUNET, 2010; VAN DER DUIM; REN; JÓHANNESSON, 2012) já começam a despertar para a relevância de adotar estratégias de investigação para além das tradicionalmente utilizadas nas ciências sociais, no intuito de debater e compreender questões filosóficas do turismo, ou seja, o que esse fenômeno realmente é. Essas questões implicam um redirecionamento epistemológico e metodológico para novas formas de se fazer pesquisa em turismo (JÓHANNESSON, 2005; BOTTERILL; PLATERNKAMP, 2012). Com efeito, é apresentada a etnometodologia que, alinhada à noção de prática, pode possibilitar a compreensão do TuP e seus processos organizativos.

A etnometodologia no estudo das práticas

A etnometodologia pode ser compreendida enquanto teoria *per se*, assim como um método de pesquisa. Ambos tendo como critério os fenômenos do cotidiano, por isso ela é considerada uma teoria da prática (GHERARDI, 2006). O significado do termo é “metodologia de todo dia, em que *ethno* significa membro de um grupo ou do próprio grupo em si e metodologia se refere aos métodos dos membros” (BISPO; GODOY, 2012, p. 694).

Como caminho teórico, seu movimento se originou nos Estados Unidos, especificamente na Califórnia na década de 1960 (GUESSER, 2003), e tem como o seu predecessor o sociólogo Harold Garfinkel, que se fundamentou em elementos de outras abordagens, tais como os estudos de Talcot Parsons que culminaram na teoria da ação social; as contribuições de Edmund Husserl e de Alfred Schütz sobre a fenomenologia; o interacionismo simbólico de George Mead e Herbert Blumer; assim como o legado de Ludwig Wittgenstein e sua contribuição no tocante aos jogos de linguagem (BISPO; GODOY, 2012, 2014; BISPO, 2013). As contribuições de Garfinkel foram seladas em um livro publicado em 1967 com o título *Studies in ethnomethodology*, que, por seu caráter inovador, gerou uma infinidade de debates a respeito da real compreensão dos estudos sociológicos, tanto no campo teórico como no metodológico (GUESSER, 2003).

Enquanto um caminho metodológico (OLIVEIRA; MONTENEGRO, 2012; BISPO; GODOY, 2012, 2014), sabe-se que a etnometodologia representa um meio de suma importância para a renovação do conhecimento empírico no estudo das práticas e do cotidiano. Ela é definida por Coulon (2005) como a compreensão do comportamento coletivo socialmente organizado e por meio do esforço empírico das formas que os indivíduos empregam suas crenças para dar sentido às suas ações, ou seja, diz respeito aos métodos que sustentam as ações cotidianas de uma coletividade nas suas formas de falar, pensar e interagir. Nas palavras do autor:

No lugar de formular a hipótese de que os atores seguem as regras, o interesse da Etnometodologia consiste em colocar em dia os métodos empregados pelos atores para “atualizar” ditas regras. Isso as faz observáveis e descritivas. As atividades práticas dos membros, em suas atividades concretas, revelam as regras e os procedimentos. Dito isso de outra forma, a atenta observação e análise dos processos levados a cabo nas ações permitiriam colocar em dia os procedimentos empregados pelos atores para interpretar constantemente a realidade social para inventar a vida em uma bricolagem permanente (COULON, 2005, p. 34).

Quando se realiza a etnometodologia, o pesquisador, denominado por Rawls (2008) como etnometodólogo, não deve exprimir juízo de valor, opiniões, quadros de referência, para que sua observação do campo não seja comprometida e retrate de fato como a realidade se apresenta. Trata-se de algo já pontuado em outros tipos de pesquisa qualitativa, como a fenomenologia, uma das principais influenciadoras da etnometodologia, que preconiza a necessidade da suspensão fenomenológica.

Nesse sentido, Garfinkel (2006) preconiza sobre a necessidade de que ao pesquisar determinado espaço, o pesquisador se alinhe ao requisito único de adequação, ou seja, tenha certo domínio ou proximidade com o campo para ter a capacidade de captar os menores detalhes que podem ser substanciais na análise da prática. Como a linguagem focada na etnometodologia não é aquela formal, culta, cravada de apropriações eruditas, e sim a linguagem simples, falada de forma espontânea pelas pessoas no seu cotidiano (GUESSER, 2003), para acessar os sentidos atribuídos à linguagem falada pelos membros em suas ações práticas e cotidianas é necessário se tornar um *insider*, ou seja, membro real do grupo, legitimado por ele.

No que se refere às técnicas a serem adotadas para auxiliar a coleta de dados, embora o foco da pesquisa etnometodológica seja na compreensão da prática, dos elementos que a influenciam e seus desdobramentos no cotidiano, Oliveira e Montenegro (2012) esclarecem que o pesquisador pode utilizar o leque de técnicas da pesquisa qualitativa.

É importante enfatizar, nesse sentido, que cinco conceitos-chave sustentam a etnometodologia de Garfinkel (2006) para nortear o estudo da prática, são eles: realização, indicialidade, reflexividade, relatabilidade e noção de membro, apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 – Os cinco conceitos-chave da etnometodologia.

Conceito	Conteúdo
Realização	Indica a experiência e a realização da prática dos membros de um grupo em seu contexto cotidiano, ou seja, é preciso compartilhar desse cotidiano e do contexto para que seja possível a compreensão das práticas do grupo.
Indicialidade	Refere-se a todas as circunstâncias que uma palavra carrega em uma situação. Tal termo é adotado da linguística e denota que, ao mesmo tempo em que uma palavra tem um significado de algum modo genérico, esta mesma palavra possui significação distinta em situações particulares, assim, para sua compreensão, é necessário, em alguns casos, que as pessoas busquem informações adicionais que vão além do simples entendimento genérico da palavra.
Reflexividade	Está relacionada aos efeitos das práticas de um grupo, trata-se de um processo em que ocorre uma ação e, ao mesmo tempo, produz uma reação sobre os seus criadores.
Relatabilidade	É como o grupo estudado descreve as atividades práticas com base em referências de sentido e significado que o próprio grupo possui, pode ser considerada como uma justificativa do grupo para determinada atividade e conduta.
Noção de membro	O membro é aquele que compartilha da linguagem de um grupo, induz a uma condição de ser do e no grupo e não apenas de estar.

Fonte: Bispo e Godoy (2014, p. 116).

O primeiro conceito apresentado é a realização, no sentido de que o conjunto que abarca o cotidiano, as atividades práticas e a forma com que os indivíduos se organizam é o foco de análise da etnometodologia. Considera-se o raciocínio sociológico prático por trás das ações dos atores sociais (GUESSER, 2003). Os métodos e comportamentos comuns desenvolvidos pelos indivíduos para desempenharem dada atividade, seja esta erudita ou trivial, ordinária ou extraordinária, profissional ou não, é que permite a constante criação e recriação da realidade social (GUESSER, 2003; BISPO; GODOY, 2014).

A indicialidade é o conceito que remete aos vários sentidos que a linguagem pode receber, a depender da forma que ela é empregada. Nesse conceito, é possível compreender que a linguagem é adaptável na medida em que novos sentidos são atribuídos à ela por um grupo de indivíduos que partilham uma prática social; e assume novos significados a depender de fatores como a intenção de quem fala, sua biografia, localização espacial e a relação estabelecida entre os interlocutores, por exemplo.

A linguagem se trata de uma produção coletiva (ROMERO, 1991; BISPO; GODOY, 2014). Portanto, a linguagem não é radicalmente fixa, ela se transforma durante a ação cotidiana, podendo ser única e particular, ao passo que também possui um significado generalizável (HERITAGE, 1987; COULON, 2005). A linguagem pode resultar de palavras que se somam formando novos significados transmissíveis e compreensíveis aos praticantes, nas chamadas expressões indiciais presentes na linguagem ordinária e corriqueira (GUESSER, 2003).

No conceito de reflexividade, é realçada a característica que dá o grau da construção e da transformação social (COULON, 2005). O conceito de reflexividade se refere ao modo como uma determinada realidade guia a interação humana, esta sendo uma interação reflexiva, colocada por Romero (1991) como predominante nas relações humanas, pela interpretação de sinais, gestos, palavras e outras informações de diferentes seres humanos. Bispo e Godoy (2014) acrescentam que a teoria da ação e reação da física se aplica nesse conceito, na medida em que os indivíduos agem de acordo com a influência que sofrem da ação de outros indivíduos ou dos resultados da própria ação. Em outras palavras, trata-se de uma influência mútua e recursiva.

A relatibilidade é o conceito utilizado para designar o caráter descritivo de uma prática, uma vez que a capacidade de comunicá-la, ou falar sobre ela, dentro das referências de significados construídas pelo indivíduo, é o que permite que ela seja compartilhada e racionalizada pelos atores sociais, estando intrínseca ao processo de reflexividade (GUESSER, 2003; COULON, 2005; BISPO; GODOY, 2014). A relatibilidade ocorre simultaneamente à produção social, traz à tona aspectos que estão sendo experienciados pelos atores sociais, tornando-os inteligíveis e transmissíveis. Guesser (2003, p. 162) esclarece que "ao passo que são dotadas de significado e sentido através dos processos pelos quais são relatadas, as ações sociais exprimem o mundo social na sua mais pura essência". Desse modo, é um dos papéis do pesquisador ir além da compreensão de relatos captados na pesquisa, compreendê-los profundamente como um fator determinante na ordem social frágil e precária.

Por fim, o quinto conceito da etnometodologia, a noção de membro, se refere ao fato de que para que uma prática exista são necessários os praticantes, aqueles que de fato integram o processo contínuo e inacabado da construção social por meio dos seus métodos de fazer e agir, assim como pelo domínio da linguagem compartilhada por determinado grupo, do qual fazem parte e que os qualifica a serem membros sociais (GUESSER, 2003; COULON, 2005; BISPO; GODOY, 2014).

Procedimentos metodológicos

Este estudo se trata de uma pesquisa qualitativa, no qual foi utilizada a etnometodologia como estratégia de investigação e análise do turismo como prática. A estratégia utilizada parte da investigação do cotidiano, em que o pesquisador observa os fatos como acontecem na prática e como os membros produzem os acontecimentos

realizados (TEN HAVE, 2004; RAWLS, 2008). Pela natureza do campo e sua relação com o turismo, este foi se revelando como uma prática social presente no campo de pesquisa na medida em que os conceitos-chave da etnometodologia foram se aplicando.

A orla marítima da cidade de João Pessoa/PB representou o campo de pesquisa. Esta é em sua maior parte urbanizada e se estende por 24 quilômetros. A pesquisa foi realizada nas praias de Manaíra, Tambaú e Cabo Branco, por serem destacadas como as mais visitadas pelos turistas nas pesquisas anuais realizadas pelo Instituto Fecomércio de Pesquisas Econômicas e Sociais da Paraíba – IFEP (2014). Além disso, essas praias são próximas (seguem em continuidade numa linha côncava) e o acesso entre elas ocorre de maneira fluida.

Houve a imersão dos pesquisadores (a partir do mês de fevereiro até o mês de setembro de 2014) na orla marítima de João Pessoa/PB. Ocorreu um total de 109 visitas ao local, as quais aconteceram nos turnos da manhã, tarde e noite. O detalhamento das técnicas utilizadas se encontra disponível no Quadro 2.

Quadro 2 – Técnicas de coleta de dados.

Técnica	Duração	Participantes	Objetivo	Realização
Conversas informais	20 a 30 minutos	62 pessoas (dentre elas visitantes estrangeiros e locais)	Conhecer a relação de sentido de um dado indivíduo com o contexto observado; necessidade de alguma informação/explicação sobre alguma atividade realizada na orla marítima, ou o motivo que levava à realização de uma dada atividade.	1. Contato espontâneo e pessoal, a partir do qual se questionava o motivo da pessoa estar na praia, de onde era, onde residia. 2. Revelação da pesquisa empreendida.
Entrevistas	Média de 40 minutos	3 pessoas (atores-chave)	Conhecer a percepção de agentes que possuem um papel na prática estudada: 2 – gestores públicos; 1 – agente turístico.	Não se usou questões fixas, mas com base no próprio campo foi elaborado e utilizado um pequeno roteiro para nortear o processo, não permitindo que nenhum dos elementos pontuados a partir das observações fosse deixado de lado.
Observação direta e notas de campo	-	-	Observar as atividades constituintes do turismo e registrar os dados obtidos na pesquisa.	Observações registradas imediatamente em cadernos (foram utilizados dois), o que possibilitou um material de análise e consulta. As páginas dos cadernos de campo foram enumeradas e foram registrados data, dia da semana e horário de cada visita à orla marítima.

Fonte: Os autores (2014).

As notas tomadas em campo por meio dos cadernos foram digitadas em um documento do editor de texto Word, tornando-se um arquivo digital com 36 páginas, ao final do processo de coleta de dados. Esse procedimento visou organizar os dados, assim como revisar e refletir sobre todas as informações dispostas nos cadernos, as quais foram úteis na composição do quadro de resultados alcançados nesta pesquisa. Ressalta-se que o número reduzido de entrevistas não atendeu a nenhum requisito prévio de saturação. Isso se justifica pela crença de que não seriam necessárias muitas entrevistas em virtude de que as conversas informais (algumas realizadas nos moldes de entrevistas) e a observação direta supriram o conteúdo que seria possível acessar nas entrevistas.

Aponta-se ainda a praticidade das conversas informais como técnica para a coleta de dados frente à formalidade da entrevista e o tempo necessário a ser disponibilizado pelos entrevistados. É importante esclarecer que algumas das conversas informais, como também todas as entrevistas realizadas na orla marítima, foram gravadas em áudio para não correr o risco de perder informações. No tratamento desses áudios não foram necessárias transcrições integrais, mas transcrições dos fragmentos específicos que foram utilizados para realçar determinado aspecto na apresentação dos resultados, identificados por meio de um processo repetido de escuta do conteúdo das gravações (TEN HAVE, 2004).

Para a análise dos dados, pautou-se o referencial teórico deste estudo com base nos questionamentos norteadores dos cinco conceitos-chave da etnometodologia garfinkiliana, disponíveis no Quadro 3.

Quadro 3 – Análise e interpretação de dados etnometodológicos.

Conceito	Pergunta de orientação analítica e interpretativa
Realização	As atividades identificadas representam o cotidiano da organização/grupo investigado e são reconhecidas pelos seus membros como próprias e características da organização/grupo ao qual pertencem?
Indicialidade	O conjunto de atividades identificadas apresenta uma linguagem própria da organização/grupo investigado em que todos os membros compartilham dela e do(s) sentido(s) que ela representa na vida cotidiana dessa organização/grupo? É possível identificar jargões e/ou palavras próprias?
Reflexividade	O conjunto de atividades identificadas cria ao longo do tempo na organização/grupo condições de perpetuação, modificação ou, até mesmo, gera novas atividades que são reconhecidas pelos membros como resultado do seu cotidiano?
Relatibilidade	É possível identificar nas falas e ações dos membros da organização/grupo justificativa comum para orientar a razão pela qual o conjunto de atividades é realizado daquela forma e não de outra?
Noção de membro	O conjunto de atividades mapeadas permite ao pesquisador identificar claramente quem são os indivíduos que são efetivamente da organização/grupo e não apenas estão nele? A indicialidade e a relatibilidade são fundamentais para tal reconhecimento.

Fonte: Adaptado de Bispo e Godoy (2014, p. 129).

Resultados

Neste capítulo, será apresentada a análise do TuP, o qual foi o objeto de análise sem determinação de categorias prévias, mas foram observados seus elementos constituintes que indicam o modo como ele é construído e organizado coletivamente, mantido ou transformado ao longo do tempo.

Turismo como prática na orla marítima de João Pessoa/PB

É possível observar na orla marítima diversos acontecimentos que integram a expressão de turismo nesse contexto. O turismo não ocorre de maneira avulsa e isolada em distintos lugares, mas de forma entrelaçada, carrega uma série de símbolos, valores, regras sociais que são perpassados pelas gerações, fazendo com que um dado espaço possa ser considerado turístico. É possível haver espaços com belezas naturais e potencial turístico sem ser necessariamente considerado turístico, em virtude de não haver uma organização social que sustente o turismo, ou seja, os processos organizativos são fundamentais para que esta prática exista (CZARNIAWSKA, 2013).

Para a análise da realização do turismo, baseou-se em dois pressupostos: a) sua continuidade ao longo do tempo, ou seja, a prática é resultado de ações que ocorrem de forma repetida (CZARNIAWSKA, 2006, 2013); b) a significação e o reconhecimento social para que assim ela seja caracterizada no seu contexto de ação, a reprodução por uma coletividade e o modo como os elementos heterogêneos são organizados (GHERARDI, 2006).

Desse modo, o turismo é reconhecido como uma prática social e local na medida em que sua produção na orla marítima ocorre de forma complexa e situada. Durante as visitas ao campo, foi possível observar a singularidade do trecho da intersecção das praias de Tambaú e Cabo Branco, o chamado Busto de Tamandaré – um espaço onde ocorrem os principais eventos esportivos, religiosos, comemorativos e mobilizações da cidade. Esse espaço é o trecho mais movimentado de todo o perímetro estudado, por se localizar próximo à principal avenida, que o liga ao centro da cidade. Na concepção dos frequentadores da orla marítima, os eventos e sua agitação são um atrativo a mais para os visitantes, principalmente aqueles que normalmente se hospedam nos equipamentos de hospedagens que se localizam ao longo da orla no trecho pesquisado.

Na percepção dos atores sociais, fazer turismo é realizar uma caminhada, tomar uma água de coco, espreguiçar-se na areia ou mergulhar, adquirir um *souvenir*¹, sendo este um artesanato ali exposto, seja pelos ambulantes que oferecem de lado a lado os seus produtos, seja em lojas específicas do outro lado da avenida, seja nas exposições de produtos na própria calçada da praia, ou até mesmo um registro em foto ou vídeo. Entre os atores é considerado produzir turismo o ato ou efeito de simplesmente explorar o diferente disposto na orla marítima, os traços culturais, interagir com os locais (pessoas e atrativos) e aproveitar o momento (Notas de campo, 2014).

Todos os elementos apontados relacionam-se a sensações, emoções que refletem a relevância dos componentes do turismo, ou seja, o relato dos atores pesquisados não trata do turismo em si enquanto uma prática, mas as atividades que realizadas em conjunto formam a prática. Quando se fala em *souvenir*, menciona-se um dos aspectos que faz com que o turismo se perpetue na chamada indústria de recordações (SCHLÜTER, 1998). Zezensberger (1996) referencia o papel da foto tirada pelos turistas e dividida com parentes e amigos, com o conjunto de emoções vivenciadas por este turista, como um modo de ativar o desejo dos não turistas (ou turistas potenciais) em vivenciar experiências similares, contribuindo desse modo com o fomento do turismo.

Além disso, outros aspectos organizacionais que apontam o TuP na orla marítima se reportam ainda ao fato de que, toda a orla, no trecho pesquisado, é rodeada por construções que abrigam distintos equipamentos turísticos, sejam estes meios de hospedagens (hotéis, flats, apartamentos, pousadas, albergues), restaurantes, bares, lojas de conveniência ou artesanato, pontos de comércio, ou a infraestrutura de suporte aos visitantes, como as placas com sinalizações diversas, a calçada plana para favorecer a caminhada, a ciclovia para possibilitar que ciclistas, motoristas e pedestres tenham seus espaços próprios, o estacionamento, entre outros. Todos eles evidenciam que a realização do turismo, enquanto prática, é também fruto de uma interação entre humanos (turistas, moradores e profissionais do *trade* turístico) e não humanos (CZARNIAWSKA, 2006; VAN DER DUIM, 2007; VAN DER DUIM; REN; JÓHANNESSON, 2012).

¹ Souvenir refere-se a "produtos consumidos pelas pessoas durante as suas experiências turísticas em lojas e outros espaços destinados a este fim, ou adquiridos/coletados no local, sem necessariamente uma relação comercial" (HORODYSKI; MANOSSO; GÂNDARA, 2013, p. 131).

Somado a esse quadro, na própria calçada da orla marítima, é possível observar um leque de manifestações econômicas, culturais e sociais atreladas à noção de turismo que reforçam a imagem do local como um espaço turístico. Os bares e quiosques que se situam na área da calçada da praia são importantes meios em que atividades relacionadas ao turismo acontecem, como, por exemplo, o oferecimento de um cardápio próprio da região.

Seja o uso para lazer pelos atores sociais locais, seja a realização de eventos desportivos de competição que atraem atores sociais locais e não locais, o uso da praia com esse intuito reflete o modo como a orla marítima é utilizada, mais um dos elementos que se somam ao processo organizativo do TuP (CZARNIAWSKA, 2006, 2013; VAN DER DUIM; REN; JÓHANNESSON, 2012). É válido esclarecer que, ao se falar dos atores sociais locais e não locais, considera-se o turismo como uma realização conjunta. O TuP vai além de definir quem é ou não turista, uma vez que quando o turismo acontece uma série de atividades constituintes da prática são realizadas por turistas, excursionistas, moradores locais, etc.

É importante mencionar que, para que o espaço da orla marítima seja um lugar tranquilo e agradável em que as atividades que sustentam o turismo ocorram, são necessárias condições de limpeza e segurança (Notas de campo, 2014). As atividades referentes à limpeza da orla marítima são realizadas por duas empresas, pelos chamados agentes de limpeza urbana (Entrevista com agente turístico, 2014), e a segurança é realizada pela Guarda Civil Municipal, que faz rondas no local durante o dia (Observação direta, 2014).

Quanto ao conceito indicialidade, a identificação de termos que refletem sua existência na orla marítima é desafiadora na medida em que a realização do TuP ocorre de forma complexa. É necessário ser membro ou ter a proximidade que a etnometodologia, por meio do requisito único de adequação (GARFINKEL, 2006), possibilita para se entender o que Guesser (2003) denomina expressões indiciais, linguagem particularizada a partir do uso de um termo genérico (que possui outro sentido em outro contexto) por indivíduos em um determinado grupo. Outro aspecto que mereceu atenção no processo de identificação das expressões indiciais foi o fato de que, mesmo existindo uma grande quantidade de grupos de praticantes e de utilizadores da orla marítima referentes à prática, foi possível observar termos de uso comum utilizados pelos próprios atores sociais locais. O conjunto de expressões indiciais identificadas se encontra disposto no Quadro 4.

Quadro 4 – Síntese das expressões indiciais apresentadas.

Termos	Significados literais	Significados particulares
Orla	A margem, beira ou borda de algo, este algo sendo normalmente rios, lagos, lagoas ou mar.	Designa as praias de Manaíra, Tambaú e Cabo Branco.
Calçadinha	Calçada curta e pequena.	Borda das praias de Manaíra, Tambaú e Cabo Branco direcionada aos pedestres.
Passarela	Tipo de palco comprido e estreito; ponte estreita; e espaço de trânsito para pedestres.	Parede baixa de proteção à vegetação e à areia, utilizada para o assento dos utilizadores da orla.
Busto	Monumento em homenagem ao Almirante Tamandaré, Joaquim Marques Lisboa, militar e patrono da marinha do Brasil.	Área de intersecção das praias de Tambaú e Cabo Branco.
Bombadões	Estatura física avantajada.	Guardas municipais.
Môfi	Meu filho, meu querido.	Grupo de marginais que cometem furtos e assaltos.

Fonte: Os autores (2014).

É importante esclarecer que as expressões dispostas no Quadro 4 podem representar uma barreira para o entendimento dos não membros desse contexto, uma vez que a mesma palavra pode oferecer sentidos distintos e antagônicos fora do contexto cultural em questão (BISPO; GODOY, 2014; GHERARDI, 2006).

No conceito reflexividade, observa-se que o modo como o TuP acontece na orla marítima, e todos os seus elementos essenciais, é parte de um quadro resultante da ação e interação reflexiva. Em vários momentos da pesquisa foi possível observar aspectos referentes à reflexividade. A forma de organização dos quiosques, bares e restaurantes à beira-mar nas chamadas barracas é resultado de uma ação de ordenamento planejado (gestão pública), em virtude de o espaço ser constitucionalmente coletivo, um bem da União.

Em outra época, por ter havido uma crescente implantação de empreendimentos desse tipo por toda a faixa da orla, foi percebido que o acúmulo de quiosques prejudicava a vegetação nativa e o acesso do visitante à praia, assim como obstruía parte de trechos da calçadinha, principalmente onde ela era mais estreita, no caso de Manaíra. Houve a ação, pela gestão pública, de desapropriação e demolição dos quiosques e revitalização da calçadinha da praia de Manaíra. Novos quiosques foram construídos respeitando determinações da União. No entanto, na calçadinha de Manaíra não foi possibilitada a construção de quiosques, o que refletiu na ação empreendedora da iniciativa privada de construção de equipamentos de alimentação e hospedagem no outro lado da avenida beira-mar que atendessem à necessidade dos usuários da praia de Manaíra (Entrevistas; Notas de campo, 2014).

Ainda no que concerne à ação da gestão pública, os muitos problemas relacionados à criminalidade, assim como questões sanitárias relativas ao trabalho dos pescadores, demandaram ações de organização do espaço chamado de Largo da Gameleira, na praia de Tambaú. Houve, portanto, melhorias na iluminação, fixou-se um ponto de policiamento, foi realizada a limpeza e a organização estética do ambiente, assim como o espaço dos pescadores foi organizado e mantido, culminando com a construção do Mercado de Peixes no local. É importante reforçar a informação de que no Largo da Gameleira houve a construção de um monumento de saudação ao sol, um incremento ao turismo, por ser um atrativo que na concepção dos visitantes da orla marítima identifica a passagem pela cidade de João Pessoa/PB, como no excerto a seguir:

[Por que vocês estão tirando foto aí? Foi questionado um casal, o homem respondeu com sotaque de um interior paulistano] Porque é bonito, a paisagem desse trecho da orla é uma das mais bonitas, porque também lá em cima [apontando em direção à praia de Cabo Branco], onde tem uma Iemanjá também é lindo, o ponto mais oriental das Américas ali, né? Tiramos muitas fotos ali também. E aqui tem esses barquinhos no fundo da imagem, também já tiramos fotos com os barquinhos. Aqui é tudo lindo! (Conversa informal, Notas de campo, 2014).

Durante as visitas ao campo, observou-se que esse trecho da praia e o Busto de Tamandaré são as áreas mais frequentadas pelos visitantes, é comum avistar uma grande quantidade de pessoas nesses pontos e em suas adjacências. Os motivos colocados refletem a ação reflexiva desses atores sociais na medida em que os investimentos realizados, no caso do Largo da Gameleira, amenizaram a sensação de insegurança e a aversão relativa aos elementos estéticos do local, que justificaram por sua vez as ações empreendidas (Notas de campo, 2014).

Já para apreender o conceito da relatabilidade a partir do campo, buscou-se conhecer por meio dos atores sociais o que se entendia por turismo e quais elementos apontavam a existência do TuP na orla marítima, como uma forma de acessar a percepção dos atores sociais por meio da descrição (crítica ou romântica) sobre o turismo. As respostas não apontavam uma definição imediata, mas conceitos abstratos que de certo modo reforçam a maneira como o turismo é enxergado nesta pesquisa – uma importante prática social.

Alguns respondentes, como no caso dos garçons que atuam nos quiosques, ou até outros exemplos de prestadores informais de serviços de apoio, pareciam não compreender as indagações: Pra você, o que é turismo? Como ele acontece aqui na

orla? Nesse caso, o turismo remetia à ideia de interação com visitantes, sejam estes estrangeiros, de outras regiões ou locais: “turismo é falar outro idioma, tipo, eu conseguir me comunicar com os outros, as pessoas de fora” (Garçom em um bar/quiosque, Notas de campo, 2014), “turismo é estar preparado para receber as pessoas [...], é isso, receber bem as pessoas de fora” (Prestador de serviços de aluguel de guarda-sol e cadeiras na praia de Tambaú, Notas de campo, 2014). Este outro excerto ilustra essa percepção:

É visível como o turismo movimenta o lugar [a orla], por isso as pessoas estão lá trabalhando em suas barraquinhas para atender a uma demanda criada pelo turismo. [...] Os turistas vão à praia, podem fazer uma infinidade de coisas, como ir a picãozinho numa embarcação, nadar com os peixes, tirar foto, tomar banho de mar na água quente [...] porque nossa orla é única, não tem lugar igual (Conversa informal, 2014).

Quando se fala em Picãozinho, refere-se a uma pequena ilha de corais que aparece nos períodos de maré baixa e que se situa na praia de Tambaú, a qual é visitada diariamente por embarcações turísticas.

A partir do campo, percebeu-se que o uso da orla atribuído pelos atores influencia na forma como o turismo é percebido. De um modo geral, por um lado, o turismo é percebido como uma relação de comércio com turistas e visitantes, estes que possuem condições financeiras de pagar pelos serviços turísticos, portanto, essa noção por si só age como um estímulo para o constante incremento da orla como espaço turístico (organizativo) e das inúmeras expressões de serviços ali dispostos.

Por outro lado, o turismo é relatado como uma vivência única, em que é possível a interação entre pessoas de lugares distintos num lugar diferente, este que possui algum atrativo (gastronomia, cultura, arte, natureza, etc.) como motivação humana de visitar o lugar, bem como ocorre com outras práticas sociais, o que contribui para que se perpetue ao longo dos anos. Essa ideia fica evidente no que Gherardi (2006) explica sobre práticas, estas como sendo o conjunto de elementos de natureza heterogênea – tais como cultura, lugares, pessoas, objetos que se associam ao turismo – que se integram, interagem-se e desenvolvem-se de modo ativo e dinâmico ao longo do tempo e do espaço, permitindo que sejam parte de organizações cotidianas (COOPER; LAW, 1995), reconhecidas socialmente pela totalidade dos elementos heterogêneos em constante interação e refinamento.

Como se observa no decorrer desta seção, o engajamento e a participação dos atores sociais são fundamentais para que o turismo se estabeleça como uma prática social. Portanto, a noção de membro é um conceito fundamental para a prática estudada. Pela natureza da prática analisada, assim como a amplitude do campo, reconhecer os seus membros requer foco nas atividades que sustentam o TuP para distinguir aqueles que praticam – os praticantes.

A noção de membro referente ao TuP na orla marítima ocorre na medida em que se constata no cotidiano local a existência de grupos de praticantes. O TuP é produzido de diferentes formas nos vários quilômetros que compreendem as praias da orla marítima. A cada uma dessas formas é demandado um tipo de conhecimento, uma forma distinta de legitimação dos membros, um ponto de referência para se comunicar e agir. Os atores sociais que agem no espaço orla marítima compartilham um conjunto de elementos influenciadores advindos das bases construídas pelos grupos aos quais pertencem.

Os membros adotam comportamentos diferentes quando dentro ou fora dos domínios da comunidade. No caso de estarem entre si (na comunidade), eles falam gírias, palavrões, regionalismos (expressões indiciais), isso no exemplo dos jogadores de futebol de areia que representam uma comunidade formada por garçons que atuam nos bares e quiosques da orla marítima. O trabalho e o lazer no espaço fazem sobressair conhecimentos próprios do local, legitimando-os a serem membros do espaço. Desse modo, nem todos os garçons são parte da comunidade, apenas aqueles que possuem conhecimento prático capaz de fazer com que sejam reconhecidos como membros (Observação, Notas de campo, 2014).

Os processos organizativos do turismo como prática

Os processos organizativos sustentadores da prática estudada, o turismo, apresentados por meio da análise etnometodológica, originaram um quadro de análise que permite visualizar os componentes da prática. Todavia, os componentes foram apresentados sem sua devida articulação e compreensão ampliada, dado que cada conceito etnometodológico foi exposto de forma separada. Como no cotidiano eles acontecem de uma forma conjunta e complementar, envoltos pela conjuntura organizacional resultante dos processos organizativos, o esquema disposto na Figura 1 foi desenvolvido para indicar como ocorre de forma progressiva o TuP na orla marítima.

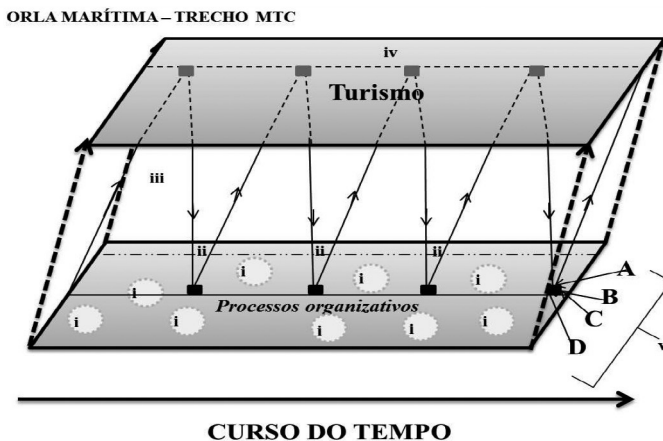


Figura 1 – Esquema dos elementos etnometodológicos com base no TuP.

Legenda: M = Manaíra; T = Tambaú; C = Cabo Branco. As setas escuras tracejadas se referem ao espelhamento; as setas simples indicam a direção do reflexo; as linhas tracejadas indicam a inconstância da linguagem e sua variação no campo; os quadrados cor cinza indicam a base das transformações; enquanto os escuros se tratam da concretização das transformações ao longo do tempo.

Fonte: Os autores (2014).

Na Figura 1, são ilustrados os conceitos etnometodológicos em movimento. A i) realização é um aspecto presente em todo o campo, indica o quanto a prática está espalhada por meio da sua diversidade de atividades. Esse espalhamento permite que o turismo seja caracterizado, percebido, compreendido, dando sinais para que novas atividades surjam e passem a compor o cenário orla marítima num processo de iii) reflexividade, ou seja, a criação de novas atividades inspiradas na prática, fazendo com que a mesma prática que inspirou passe a ser incrementada, desse modo, o turismo é uma prática inacabada.

É importante esclarecer que a realização do TuP ocorre pela cultura que rege o comportamento dos indivíduos. Os v) membros são os atores sociais A, B, C, D (entre uma infinidade de outros), os quais atuam intimamente na orla marítima, ao ponto de possuírem um corpo de conhecimentos práticos próprios da interação que ocorre nesse espaço; um exemplo desse corpo de conhecimento é a linguagem, as expressões indiciais – ii) indicialidade partilhada pelos membros da prática, que incluem as gírias locais e os bordões.

Todo esse conjunto de elementos faz parte do turismo e permite que essa prática seja argumentada como justificativa para a utilização do espaço, seja apreendida por meio de um conceito próprio formulado a partir das interações estabelecidas no espaço, de modo que o turismo passe a ser considerado uma forma de se comunicar com as pessoas, interações culturais, ou até mesmo como uma expressão do comércio (em linhas mercadológicas). O conceito ilustrado é o da iv) relatibilidade, cujo símbolo está posicionado acima dos outros no esquema disposto na Figura 1, por representar uma lente a partir da qual a prática se torna inteligível.

Considerações finais

Neste estudo, analisou-se etnometodologicamente os processos organizativos do turismo como prática (TuP) na orla marítima de João Pessoa/PB, por meio da construção de um quadro teórico alicerçado pela epistemologia da prática para compreender o turismo, considerado uma importante prática social, em oposição à visão da prática do turismo (unilateral) com vistas à compreensão desse fenômeno como um dos elementos a partir do qual se alcança a ordem social. Nesse sentido, indicou-se que a visão de organização supera a visão hegemônica de estrutura, fronteiras, objetivos e estratégias formais (CZARNIAWSKA, 2013), vista apenas como uma metanarrativa ou metadiscorso (CALÁS; SMIRCICH, 1999) e, ainda, que o turismo pode ser incluído no campo dos estudos organizacionais tanto como tema de estudo quanto como representação de organização.

Identificou-se etnometodologicamente o conjunto de atividades que constituem o TuP na orla marítima de João Pessoa/PB, na medida em que os conceitos da etnometodologia foram explorados, com a exposição do conjunto de atividades realizadas para que o TuP ocorra nesse espaço, como o trabalho realizado por comerciantes, tanto os dispostos em pontos fixos como os ambulantes. A estrutura formal composta pela ação dos agentes do setor de hotelaria, restauração e entretenimento, a exemplo do Hotel Tambaú, que foi construído na areia da praia de Tambaú e representa um dos marcos da realização do TuP na orla marítima local (PROJETO ORLA, 2014), ou o trabalho realizado pelos agentes turísticos, os passeios a barco ou de *buggy*, por exemplo.

Foram citados ainda elementos da cultura local que podem ser evidenciados, como o trabalho dos pescadores ou a própria comida regional. A realização de eventos para diversos fins, a prática dos esportes, brincadeiras, o uso da orla pelos moradores da cidade permitindo a interação sociocultural, a limpeza e a segurança do local, entre outros, são componentes do TuP da forma como sua existência é reconhecida pelos seus atores sociais.

Além disso, evidenciou-se os caminhos que indicam os processos organizativos presentes em todos os conceitos-chave da etnometodologia, a partir dos quais foi levantado o questionamento: como saldo deste trabalho, o que se passa a entender por orla marítima? Acredita-se que o esforço tido neste estudo de descaracterizar o senso comum da concepção desse espaço como praia, mar e lugar de lazer tenha sido válido para reforçar a ideia de orla como um campo organizacional no qual é possível acessar fenômenos multidisciplinares e transversais. Embora seja um domínio que não foi explorado neste estudo, menciona-se ainda que a existência de um Comitê Gestor Orla reforça esse espaço como campo organizativo.

Portanto, a fim de responder ao questionamento deste estudo: como ocorrem os processos organizativos do TuP na orla marítima de João Pessoa/PB? Desenhou-se um percurso no qual despontou que os processos organizativos do TuP ocorrem por meio da realização de atividades constituintes do turismo, pela interação social, participação e engajamento dos membros, pelas percepções de oportunidades de se estabelecer profissionalmente ou a lazer, estes que são elementos sustentadores do TuP.

Aponta-se neste estudo algumas fragilidades, como a não inclusão do Comitê Gestor da Orla Marítima no quadro analítico, o que abre frente a possíveis lacunas. Ademais, o método adotado ainda necessita de adaptações para explicar elementos que até então não são cobertos por ele como, por exemplo, os conflitos e jogos de poderes que podem vir a existir no espaço orla marítima, em virtude dos seus muitos interessados e interesses.

Todavia, espera-se que este estudo inicial possa contribuir para reflexões acerca do turismo e da formação e desenvolvimento dos espaços turísticos com base na noção de processos organizativos. Acredita-se que, pela orla marítima representar um campo de práticas, há inúmeros caminhos para a realização de estudos, assim sendo, apontam-se algumas sugestões nesse sentido. A primeira delas se trata de um aspecto que não pôde ser apreendido neste estudo – a aprendizagem social. Acredita-se que a compreensão sobre a aprendizagem informal e social existente nesse espaço possa acrescentar na formação e atuação conscientes dos múltiplos atores sociais interessados

na orla marítima. Com efeito, outros temas dentro dos estudos baseados em prática podem ser caminhos de compreensão do turismo e dos espaços turísticos, tais como sociomaterialidade, teoria ator-rede e a estética organizacional.

Referências

- BARRETO, M. *Manual de iniciação do estudo do turismo*. 13. ed. Rev. e atual. Campinas: Papirus, 2003.
- BENI, M. C. *Análise estrutural do turismo*. 10. ed. São Paulo: Editora Senac, 2004a.
- BENI, M. C. Turismo: da economia de serviços à economia da experiência. *Turismo – Visão e Ação*, v. 6, n. 3, set./dez, 2004b.
- BISPO, M. S. A aprendizagem organizacional baseada no conceito de prática: contribuições de Silvia Gherardi. *RAM, Rev. Adm. Mackenzie*, São Paulo, v. 14, n. 6, ed. especial, p. 132-161, nov./dez. 2013.
- BISPO, M. S.; GODOY, A. S. A etnometodologia enquanto caminho teórico-metodológico para investigação da aprendizagem nas organizações. *RAC – Revista de Administração Contemporânea*, v. 16, p. 684-704, 2012.
- BISPO, M. S.; GODOY, A. S. Etnometodologia: uma proposta para pesquisa em estudos organizacionais. *Revista de Administração da UNIMEP*, v. 12, n. 2, maio/ago. 2014.
- BOTTERILL, D.; PLATERNKAMP, V. *Key concepts in tourism research*. Sage, 2012.
- CALÁS, M. B.; SMIRCICH, L. Past postmodernism? Reflections and tentative directions. *The Academy of Management Review*, v. 24, n. 4, p. 649-671, Oct. 1999.
- CASTROGIOVANNI, A. Turismo e espaço: reflexões necessárias na pós-modernidade. In: GASTAL, S; CASTROGIOVANNI, A. (Org.). *Turismo na pós-modernidade (des) inquietações*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.
- COHEN, E. Rethinking the sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 6, n. 1, p. 18-35, jan./mar. 1979.
- COHEN, E. The sociology of tourism: approaches, issues, and findings. *Annual Review of Sociology*, v. 10, p. 373-392, 1984.
- COHEN, E.; COHEN, S. A. Current sociological theories and issues in tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 39, n. 4, p. 2.177-2.202, 2012.
- COOPER, R.; LAW, J. Organization: distal and proximal views. *Research in the Sociology of Organizations*, Greenwich, CT: JAI Press, v. 13, p. 237-74, 1995.
- COSTA, C. Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). *Análise Social*, v. XL, n. 175, p. 279-295, 2005.
- COULON, A. *La etnometodologia*. 3. ed. Madrid: Cátedra, 2005.
- CZARNIAWSKA, B. Bruno Latour: reassembling the social: an introduction to actor-network theory. *Organization Studies*, v. 27, n. 10, p. 1.553-1.557, 2006.
- CZARNIAWSKA, B. Organizing: how to study it and how to write about it. *Qualitative Research in Organizations and Management: an International Journal*, v. 3, n. 1, p. 4-20, 2008.
- CZARNIAWSKA, B. Organizations as obstacles to organizing. In: ROBICHAUD, D.; COOREN, F. (Ed.). *Organizations and organizing*. Materiality, agency, and discourse. New York: Routledge, 2013. p. 3-22.

- EDENSOR, T. Performing tourism, staging tourism. *Tourist Studies*, v. 1, n. 1, p. 59-81, 2001.
- ENZENSBERGER, H. M. A theory of tourism. *New German Critique*, n. 68, Special Issue on Literature, Spring/Summer, p. 117-135, 1996.
- FREITAG, B. B.; TISCOSQUI, G. P.; MORETTO NETO, L. A produção acadêmica em turismo no campo da administração. *Revista Turismo Visão e Ação – eletrônica*, v. 13, n. 2, p. 260-273, maio/ago. 2011.
- GARFINKEL, H. *Studios en etnometodologia*. Barcelona: Anthropos, 2006.
- GHERARDI, S. *How to conduct a practice-based study: problems and methods*. Cheltenham: Edward Elgar, 2012.
- GHERARDI, S. *Organizational knowledge: the texture of workplace learning*. Oxford: Blackwell Publishing, 2006.
- GUESSER, A. H. A etnometodologia e a análise da conversação e da fala. *Em Tese*, v. 1, n. 1, p. 149-168, 2003.
- HERITAGE, J. C. Ethnomethodology. In: GIDDENS, A.; TURNER, J. (Ed.). *Social theory today*. Cambridge: Polity Press, 1987. p. 224-272.
- HORODYSKI, G. S.; MANOSSO, F. C.; GÂNDARA, J. M. Conceitos e abrangência do souvenir na dinâmica do espaço turístico: o caso de Curitiba-PR. *Revista Turismo Visão e Ação – eletrônica*, v. 15, n. 1, p. 130-143, jan./abr. 2013.
- IFEP. Instituto Fecomércio de Pesquisas Econômicas. *Pesquisa anual do comportamento do turismo na região metropolitana de João Pessoa*. Paraíba, 2013.
- JÓHANNESSON, G. Tourism translations: actor-network theory and tourism research. *Tourism studies*, v. 3, p. 21-48, 2005.
- LE SANN, J. G. A importância da geografia para o turismo: uma análise do conceito de risco. *Turismo – Visão e Ação*, v. 8, n. 1, p. 121-127, jan./abr. 2006.
- MARUJO, M. N.; CRAVIDÃO, F. Turismo e lugares: uma visão geográfica. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v. 10, n. 3, p. 281-288, 2012.
- NICOLINI, D. *Practice theory, work, & organization: an introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- OLIVEIRA, S. A.; MONTENEGRO, L. M. Etnometodologia: desvelando a alquimia da vivência cotidiana. *Cad. EBAPE.BR*, v. 10, n. 1, p. 129-145, 2012.
- PAGET, E.; DIMANCHE, F.; MOUNET, J. P. A tourism innovation case an actor-network approach. *Annals of Tourism Research*, v. 37, n. 3, p. 828-847, 2010.
- PROJETO ORLA. Projeto de Gestão Integrada da Orla Marítima. *Plano de intervenção na orla do município de João Pessoa*. Disponível em: <<http://www.ligiatavares.com/gerencia/uploads/arquivos/055cd422dc2cf559bf2dfe5641f18972.pdf>>. Acesso em: 23 jan. 2014.
- RAWLS, A. W. Harold Garfinkel, ethnomethodology and workplace studies. *Organization Studies*, v. 29, n. 5, p. 701-732, 2008.
- REN, C. Non-human agency, radical ontology and tourism realities. *Annals of Tourism Research*, v. 38, n. 3, p. 858-881, 2011.
- ROMERO, J. J. C. Etnometodología: una explicación de la construcción social de la realidad. *Reis – Revista Espanhola de Investigações Sociais*, v. 56, n. 91, p. 83-114, Oct./Dic. 1991.
- SCHLÜTER, R. G. The role of t-shirts in the creation of tourist destination images. *Studies and Perspectives in Tourism – Electronic Journal*, n. 1, v. 7, Buenos Aires, 1998.

- TEN HAVE, P. *Understanding qualitative research and ethnomethodology*. London: Sage, 2004.
- TORKILDSEN, G. *Leisure and recreation management*. Londres: E & F Spon, 1992.
- TSOUKAS, H.; KNUDSEN, C. (Org.). *The oxford handbook of organization theory*. Oxford: Oxford University Press, 2003.
- URRY, J. *Mobilities*. Cambridge: Polity Press, 2007.
- URRY, J. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel; SESC, 2001.
- VAN DER DUIM, R. V. Tourismscapes: an actor-network perspective. *Annals of Tourism Research*, v. 34, n. 4, p. 961-976, 2007.
- VAN DER DUIM, R.; REN, C.; JÓHANNESSON, G. *Actor-network theory and tourism: ordering, materiality and multiplicity*. Routledge: 2012. 182 p.
- WEICK, K. E. *The social psychology of organizing*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1979.

Submissão: 03/03/2016

Aprovação: 02/05/2017