

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL — UCS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E HOSPITALIDADE
MESTRADO E DOUTORADO**

ÁLAN PISSAIA

**ECOS DA EXPERIÊNCIA MULTITERRITORIAL:
ECOSSISTEMAS-TURÍSTICO-COMUNICACIONAIS
E A VIRTUALIZAÇÃO PELAS REDES SOCIAIS**

**CAXIAS DO SUL
2024**

ÁLAN PISSAIA

**ECOS DA EXPERIÊNCIA MULTITERRITORIAL:
ECOSSISTEMAS-TURÍSTICO-COMUNICACIONAIS
E A VIRTUALIZAÇÃO PELAS REDES SOCIAIS**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul — UCS, como requisito necessário para a obtenção do título de Mestre em Turismo e Hospitalidade. Linha de pesquisa: Turismo, Hospitalidade, Cultura e Educação.

Orientador(a): Prof^a. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista.

CAXIAS DO SUL

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
Sistema de Bibliotecas UCS - Processamento Técnico

P678e Pissaia, Alan

Ecos da experiência multiterritorial [recurso eletrônico] : ecossistemas-turístico-comunicacionais e a virtualização pelas redes sociais / Alan Pissaia. – 2024.

Dados eletrônicos.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, 2025.

Orientação: Maria Luiza Cardinale Baptista.

Modo de acesso: World Wide Web

Disponível em: <https://repositorio.ucs.br>

1. Turismo. 2. Redes sociais on-line. 3. Instagram (Rede social on-line). 4. Cartografia. 5. Ecossistemas. I. Baptista, Maria Luiza Cardinale, orient. II. Título.

CDU 2. ed.: 338.48

Catalogação na fonte elaborada pela(o) bibliotecária(o)
Márcia Servi Gonçalves - CRB 10/1500

ÁLAN PISSAIA

**ECOS DA EXPERIÊNCIA MULTITERRITORIAL:
ECOSSISTEMAS-TURÍSTICO-COMUNICACIONAIS
E A VIRTUALIZAÇÃO PELAS REDES SOCIAIS**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul — UCS, como requisito necessário para a obtenção do título de Mestre em Turismo e Hospitalidade. Linha de pesquisa: Turismo, Hospitalidade, Cultura e Educação.

Orientador(a): Prof^a. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista.

Aprovado em: 12 / 12 / 24 .

Banca Examinadora:

Orientadora Prof^a. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista
Universidade de Caxias do Sul

Prof^a. Dra. Luciane Todeschini Ferreira
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Demétrio de Azeredo Soster
Universidade Federal de Sergipe

Prof^a. Dra. Aline Passuelo de Oliveira
Universidade de Caxias do Sul

AGRADECIMENTOS

Diria que a pesquisa científica é uma jornada de conhecimento sem fim, na qual não se trilha, de todo, sozinho. Muitos são os que nos acompanham, seja direta ou indiretamente, e que enriquecem as lentes que orientam a investigação. Desde discussões em sala de aula até a aproximação com novos pesquisadores e teorias, incluindo as acentuadas doses de café, compõem a totalidade de uma parcela — de quem somos e de quem queremos nos tornar. Um campo aberto a novas descobertas, a cada fração de segundo. Doses para um fractal libertador de conhecimento.

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer ao universo e suas infinitas possibilidades de ser, estar e transmutar. O Álan que iniciou esta jornada, certamente não é o mesmo Álan que percorre o final deste ciclo. As ajudas, o acolhimento e os percalços são componentes que pavimentaram esse caminho e que fazem parte do 'eu-pesquisador'. De igual modo, estendo meu agradecimento a minha família, por ser um pilar importante de desenvolvimento, apoio e unidade. Não há dúvida que o aprendizado é construído a partir de nossas vivências e experiências em conjunto.

Aproveito a oportunidade para agradecer à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e à Fundação Universidade de Caxias do Sul (FUCS), pela bolsa/taxa ao longo de todo o Programa. O acesso à educação é um direito fundamental e que deve estar ao alcance de todos. Iniciativas como essa fazem parte de um movimento contínuo que deve ser cada vez mais ampliado.

Agradeço ao corpo docente do PPGTURH, por todos os aprendizados e troca de conhecimento, bem como ao Amorcomtur! — Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese — do qual faço parte, pela generosidade de todos os colegas pesquisadores. Ao somar forças, potencializamos nossas descobertas e distribuímos amor em doses cada vez maiores.

Por fim, agradeço à minha orientadora, Prof^a. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista, pela acolhida amorosa e pela partilha de bons ensinamentos, que servem para toda a jornada aqui nesta Terra. Afinal, como ela mesma elucida, a pesquisa científica é um projeto de vida, está presente em nosso cotidiano e faz parte de um encontro conosco mesmos como seres humanos. Meu sincero, muito obrigado!

*“A consciência é a base de
todo ser.”*

Amit Goswami

RESUMO

A presente pesquisa tem como foco sinalizadores nos processos de virtualização de ecossistemas-turístico-comunicacionais. Nessa perspectiva, o objetivo geral é cartografar processos de virtualização de ecossistemas turístico-comunicacionais, considerando a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram. Esta proposição se desdobra nos seguintes objetivos específicos: conceituar processos de virtualidade; caracterizar ecossistemas turístico-comunicacionais; cartografar a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram e relacionar turismo e virtualidade a partir de uma visão de dois ecossistemas-turístico-comunicacionais. Em termos teóricos, a pesquisa envolve estudos relacionados à temática 1, como multiterritorialidade e virtualidade, a partir de autores como Lévy (1998; 2001) e Lemos (2013); à temática 2, denominada transversalizações ecossistêmicas, com os estudos de Baptista (2015; 2018; 2019) e à temática 3, relacionada à desterritorialização e experiência multiterritorial, a partir de autores como Massey (2015) e Haesbaert (2004; 2007). A estratégia metodológica para a elaboração deste estudo é por meio da Cartografia dos Saberes (Baptista, 2014; 2023), em conjunto às Matrizes Rizomáticas (Baptista, 2023). Trata-se de duas estratégias acopladas, em alinhamento à Ciência Contemporânea, complexa, ecossistêmica e holística. Em termos operacionais são plurimetodológicas e processuais e servem de apoio para a construção do *corpus* da pesquisa e parametrização dos procedimentos de análise. Nesse sentido, a investigação envolve uma cartografia virtual com dois ecossistemas, para análise empírica, por meio de perfis oficiais de turismo dos municípios de Bento Gonçalves/RS e de Nova Petrópolis/RS, situados na Serra Gaúcha. Os sinalizadores nos processos de virtualização, apontam, portanto, que as redes sociais adotam uma dinâmica multiterritorial própria, assim como o Instagram que possui apelo imagético pelo 'senso de novidade', ampliando seu alcance por meio do uso das *hashtags*. De igual modo, a diversificação de formatos de conteúdo, a autenticidade na comunicação e o aumento da consciência sobre sustentabilidade, são imponentes catalizadores na promoção da experiência do usuário. Em uma concepção holística, a relação de Turismo e Virtual sinaliza um novo conceito que perpassa por uma reconfiguração do espaço-temporal, no sentido de compreender que a tecnologia não é um meio, mas uma ambiência para novos caminhos. Pondera-se, ainda, o equilíbrio 'fluyente' como fractal no 'devir' viagem e no aspecto desterritorializante da virtualização em rede.

Palavras-chave: Ecossistemas-turístico-comunicacionais. Virtualidade. Multiterritorialidade. Redes Sociais. Instagram.

ABSTRACT

This research focuses on signposts in the virtualization processes of tourism-communication ecosystems. From this perspective, the general objective is to map processes of virtualization of tourist-communication ecosystems, considering the multi-territorial experience through social networks, with an empirical focus on Instagram. This proposition unfolds in the following specific objectives: to conceptualize processes of virtuality; to characterize tourist-communicational ecosystems; to map the multi-territorial experience through social networks, with an empirical focus on Instagram and to relate tourism and virtuality from a viewpoint of two tourist-communicational ecosystems. In theoretical terms, the research involves studies related to theme 1, such as multiterritoriality and virtuality, based on authors such as Lévy (1998; 2001) and Lemos (2013); theme 2, called ecosystemic transversalizations, with studies by Baptista (2015; 2018; 2019) and theme 3, related to deterritorialization and multiterritorial experience, based on authors such as Massey (2015) and Haesbaert (2004; 2007). The methodological strategy for this study is the Cartography of Knowledge (Baptista, 2014; 2023), together with the Rhizomatic Matrices (Baptista, 2023). These are two coupled strategies, in line with contemporary, complex, ecosystemic and holistic science. In operational terms, they are multi-methodological and procedural and support the construction of the research corpus and the parameterization of the analysis procedures. In this sense, the research involves a virtual cartography with two ecosystems, for empirical analysis, through the official tourism profiles of the municipalities of Bento Gonçalves/RS and Nova Petrópolis/RS, located in the Serra Gaúcha. The signs of the virtualization processes therefore point to the fact that social networks adopt their own multi-territorial dynamics, such as Instagram, which has an imagistic appeal due to its 'sense of novelty', expanding its reach through the use of hashtags. Likewise, the diversification of content formats, authenticity in communication and increased awareness of sustainability are major catalysts in promoting the user experience. From a holistic point of view, the relationship between tourism and the virtual world signals a new concept that involves a reconfiguration of space and time, in the sense of understanding that technology is not a means, but an environment for new paths. We also consider the 'fluent' balance as a fractal in the 'becoming' of travel and the deterritorializing aspect of networked virtualization.

Keywords: Tourism-communication ecosystems. Virtuality. Multiterritoriality. Social networks. Instagram.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Interesse ao longo do tempo.....	77
Figura 2 – Diagnóstico Multiterritorial '@turismo.bento'.....	102
Figura 3 – Links da bio '@turismo.bento'.....	103
Figura 4 – Destaques no perfil '@turismo.bento'.....	104
Figura 5 – <i>Reels</i> 'Natal Bento!'.....	105
Figura 6 – Foto 'Capela das Almas'.....	108
Figura 7 – <i>Reels</i> 'Movimento Abrace Bento'.....	111
Figura 8 – Diagnóstico Multiterritorial '@novapetropolisturismo'.....	114
Figura 9 – Links da bio '@novapetropolisturismo'.....	115
Figura 10 – Destaques no perfil '@novapetropolisturismo'.....	116
Figura 11 – <i>Reels</i> 'Magia do Natal'.....	117
Figura 12 – Foto 'Festival de Primavera'.....	120
Figura 13 – <i>Reels</i> 'Festival Internacional do Folclore'.....	122

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Matriz 1: trama e rizomas.....	29
Quadro 2 – Matriz 2: detalhamento do rizoma.....	30
Quadro 3 – Matriz 3: composição.....	31
Quadro 4 – Matriz 4: coerência operacional e dinâmica da pesquisa.....	34
Quadro 5 – Parâmetros do Google <i>Trends</i>	76
Quadro 6 – Busca por ‘Viagem’.....	78
Quadro 7 – Busca por ‘Turismo’.....	79
Quadro 8 – Busca por ‘Turismo virtual’.....	79
Quadro 9 – Cruzamento de informações.....	80
Quadro 10 – Conteúdos mais buscados no Instagram no Brasil.....	83
Quadro 11 – Matriz Rizomática Multiterritorial.....	84
Quadro 12 – Matriz Rizomática Multiterritorial II.....	85
Quadro 13 – Algoritmo nas redes sociais.....	86
Quadro 14 – Tag ‘Viagem’.....	90
Quadro 15 – Detalhamento post ‘Viagem’.....	90
Quadro 16 – Tag ‘Turismo’.....	92
Quadro 17 – Detalhamento post ‘Turismo’.....	92
Quadro 18 – Tag ‘Turismo Virtual’.....	94
Quadro 19 – Detalhamento post ‘Turismo Virtual’.....	95
Quadro 20 – Tendência das <i>Tags</i>	96
Quadro 21 – Matriz Rizomática Multiterritorial III.....	100
Quadro 22 – Matriz ‘@turismo.bento’ I.....	106
Quadro 23 – Matriz ‘@turismo.bento’ II.....	109
Quadro 24 – Matriz ‘@turismo.bento’ III.....	112
Quadro 25 – Matriz ‘@novapetropolisturismo’ I.....	118
Quadro 26 – Matriz ‘@novapetropolisturismo’ II.....	120
Quadro 27 – Matriz ‘@novapetropolisturismo’ III.....	123
Quadro 28 – Comparação de ecossistemas-turísticos.....	125
Quadro 29 – <i>Hashtags</i> mais utilizadas nos ecossistemas-turísticos.....	126
Quadro 30 – Desafios e oportunidades no Instagram.....	128

SUMÁRIO

1	ARREDORES IMEDIATOS.....	11
1.1	O QUE TE IMPORTA?	12
1.2	DEMARCAÇÃO DE PERCURSO.....	16
2	CAMINHOS (IM)PERTINENTES	23
2.1	ESTRATÉGIAS DE VIAGEM	25
2.2	MUTAÇÃO DESEJANTE E A CIÊNCIA	36
3	MULTITERRITORIALIDADE E VIRTUALIDADE	41
3.1	CIBERESPAÇO EM VERTIGEM	48
3.2	REALIDADES PARALELAS	52
3.3	CONEXÕES NAVEGANTES.....	58
4	TRANSVERSALIZAÇÕES ECOSSISTÊMICAS: TURISMO E COMUNICAÇÃO.....	62
4.1	DESLOCAMENTO COMO DESTINO	67
4.2	ECOSSISTEMA EM COALIZÃO	70
4.3	TECENDO A COMPLEXIDADE TRAMA-TEIA	73
5	EXPERIÊNCIAS MULTITERRITORIAIS NO CIBERESPAÇO	75
5.1	GOOGLE <i>TRENDS</i> E SUAS APROXIMAÇÕES	76
5.2	INSTAGRAM COMO <i>CORPUS</i> E AMBIÊNCIA.....	81
5.3	SINALIZAÇÕES ALGORÍTMICAS EM FOCO.....	86
5.4	PISTAS DE ANÁLISE E 'ACHADOS' NO <i>CORPUS</i>	89
6	POTÊNCIA EM AÇÃO	98
6.1	ECOSSISTEMA-TURÍSTICO-COMUNICACIONAL DE BENTO GONÇALVES/RS	102
6.2	ECOSSISTEMA-TURÍSTICO-COMUNICACIONAL DE NOVA PETRÓPOLIS/RS.....	113
6.3	INFERÊNCIAS NO AMBIENTE MULTITERRITORIAL	124
7	O ECO DA VIAGEM.....	130

REFERÊNCIAS.....139

1 ARREDORES IMEDIATOS

“Olhe para dentro, para as suas profundezas, aprenda primeiro a se conhecer.”

Sigmund Freud

Potência. Do latim *potentia*. Está aí uma palavra sonoramente forte. Pelo menos assim a considero. Quando nos defrontamos com as definições rápidas no dicionário, obtemos aproximações e significado relacionados a “poder”, a “força” e a “autoridade”. Matematicamente falando, julga-se potência como produto de um número multiplicado por si uma ou várias vezes. Já filosoficamente, o termo amplia seu horizonte. E é nessa perspectiva que a sombra vai se tornando um tórrido clarão. A potência faz correlações com a noção de possibilidade; de agenciamento vir a ser; de tornar-se; de se transformar. Em outras palavras, o termo faz um prelúdio ao avesso do que Lévy (2000) vai chamar de virtual.

Por ora, vamos nos deter à potência como um catalisador do título deste capítulo que serve de inspiração e, também, de inquietação. Arredores imediatos faz alusão ao livro “Viagem ao redor do meu quarto”, do autor Xavier de Maistre (2020). Na obra, ludicamente esbarro em um turismo um tanto diferenciado. As entrelinhas relatam a conturbada história de um oficial de família nobre que busca reviver suas histórias dentro de seu quarto, no qual fica recluso ao longo de vários dias. O relato da imersão da viagem interpelada pela ótica da memória faz com que eu abruptamente adentre em um universo particular. Minha mente, então, começa a divagar nas infinitas possibilidades de um *corpus* inexistente, mas totalmente inspirador. Um hiato de potência em movimento que desengaveta histórias de múltiplos arredores.

Meus pensamentos como uma espécie de ‘tela mental’ fazem-me pensar na fantasia de sonhos entrecruzados. Talvez o ponto de partida seja o retorno aos retratos de uma infância vivida, refletida no tempo presente. Um regresso aos ritos que transpõem a viagem de quem, de fato, somos. Versões de uma história calcada

por paredes que configuram entremeios. Chegadas e partidas de um enredo que tem um ponto final apenas na materialidade das palavras escritas, mas não na imensidão dos pensamentos divagantes. Afinal, o que seria sonho e o que seria realidade? O que seria viagem imaginária ou realidade interna vivenciada em desterritorializações interiores? A fantasia mostra-se potente nas caixas abertas em minha mente. Sentimentos tornam-se fortalezas e remontam afetos. A “bagunça organizada” dos arredores que tecem meu inconsciente mostram outras realidades. É como se Maistre permitisse que lembranças adormecidas tomassem novamente à cena em uma viagem sem o bilhete da volta.

A interpelação ocasionada pela memória se une aos alicerces do passado em busca de ocupar o presente e redigir um futuro. Sonhos diurnos à la Freud, que se antecipam e fornecem bases para que o ambiente não possa ser remediado, mas contemplado. Imaginação que se equaliza à fantasia. Infância que se sobrepõe à adultícia. Castelos em forma de caixa vão se moldando em torno de minha mente. Os arredores que dizem respeito não apenas a uma história, mas a várias que regem o tempo presente. A potência inerente ao movimento e à viagem que não cessa. Aspirações que me levam a refletir sobre o que, de fato, me move e o que incessantemente busco. Afinal, qual é a potência que vibro? A possibilidade de uma memória vivida ou o vir a ser da transformação? Sinto-me percorrendo arredores que, talvez, sejam entremeios. Arredores que me levam a crer que são imediatos.

1.1 O QUE TE IMPORTA?

É comum ouvir dizer que “a vida é uma viagem”. Uma espécie de ditado popular enfático que pluraliza a noção de que a vida transcorre em um *continuum*, com vários pontos de inflexão, porém sem interrupções. Tenho a tendência de concordar com essa asserção. Desde cedo, muito sonhador, construí minhas raízes em uma cidade pacata, chamada Nova Bassano, no interior do Rio Grande do Sul. Do artífice do campo às bucólicas e belas paisagens primaveris, fui delineando meus primeiros passos na busca por me inserir em um mundo cada vez mais próximo de uma falsa competição contra o tempo. Um primeiro arredor de luta e dificuldade que se intercambiava à perseverança e vislumbres de um futuro promissor.

Na infância, meu maior sonho era ter um computador. Era curioso e tentador pensar na possibilidade de estar imerso em um universo até certo ponto desconhecido. A máquina que se sobrepunha ao homem começava a tecer seus primeiros desejos em mim. A facilidade que o ineditismo da experiência me proporcionaria nas infindáveis telas saltava aos meus olhos. Afinal, o que esperar do outro lado? Quem estaria lá? Que lugar é esse? Como em órbita, o tempo cronológico não era tão mais atrativo quanto os questionamentos e percepções sedimentados em minha mente. Me senti desperto como uma criança que encontra seu lugar no encontro com o novo. Um movimento de descoberta e de inúmeras tentativas de ser e buscar a mim mesmo.

Paulatinamente, desde a infância da cidade interiorana, o tempo foi se transformando em um alicerce poderoso, no qual as respostas foram chegando e novas inquietações foram tomando forma. Não compreendia, de todo, a conjuntura que me cercava, mas estava atento ao movimento de mudança. O mundo não era o mesmo. Nem eu. Adverso a qualquer resposta previamente pronta, sempre busquei ser perspicaz e estar atento ao horizonte. Lentamente, comecei a perceber que a atualização que vem de um simples *software* é reflexo de uma atualização do sujeito. E que sujeito é esse? Aquele a quem, confrontado com o tempo, se revela oculto, ou seja, se anula para dar espaço ao outro. Essa era a minha visão pessoal — meu arredor particular.

Da minha infância no interior até a adolescência e vida quase adulta em plena fase de desterritorializações, algumas pequenas — grandes — mudanças ocorreram. De fato e em sentido amplo, o mundo já não é o mesmo. Ciclicamente, a tecnologia e suas nuances sofisticadas esboçam características diferentes a cada novo olhar. Os sentidos estão na palma da mão. Não é mais preciso ver para enxergar, nem ouvir para falar. Tudo começou a ser resolvido apenas em um *click* — ou, ainda, pelo comando da voz. Talvez a tormenta do próprio sistema seja, ainda, não alcançar a velocidade da luz. Em todo caso, o imediatismo da informação chega aos quatro cantos em um lapso no espaço-temporal. Mesmo quando não se espera, se encontra. Afinal, a tecnologia, como ambiência, possui a tendência de visar o anseio de seus servos.

Nessa caminhada de descobertas parciais, munido de minha bússola curiosa, no ano de 2014, cheguei à cidade de Caxias do Sul/RS, onde acionei outros sentidos, desde o início da minha graduação em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, iniciada no mesmo ano. A escolha pelo curso se deu pelo meu acionamento curioso de sentidos pela própria vida e, também, pela paixão pela escrita. Ela sempre foi um escape e um fio condutor que impulsiona a expressar a forma como encaro o mundo e como ele me vê. A partir do início do curso, devo dizer que obtive mais perguntas do que respostas — que bom! Pude perceber que a comunicação como conhecia já não era a mesma sem a mediação dos aparatos tecnológicos.

De certo modo, fui percebendo que não havia como realizar uma conversa sobre o tema tecnologia e não citar os novos algoritmos que vão tecendo novas formas de interação e de sociabilidade. Nesse movimento, nos períodos finais da Graduação, decidi explorar o tema em meu Trabalho de Conclusão de Curso, intitulado “A inteligência coletiva e a nova percepção da esfera pública a partir da era da pós-verdade: um paradoxo que se impõe”¹. Como em uma retrospectiva, revisitei minhas memórias no sentido de angariar combustível, reportando ao garoto do interior que tinha o sonho de ter um mero computador.

Após divagações questionamentos internos, cheguei à conclusão de que era hora de resgatar as percepções de outrora. Com isso, decidi que meu projeto fosse voltado à problemática do virtual — aquele das telas e dos olhares cuidadosos do cidadão contemporâneo. Isso ocorreu em meados de 2018, uma época em que as redes estavam em plena ebulição, ainda mais em ano de pleito eleitoral no Brasil. Das *fake news* à pós-verdade, a minha pesquisa remontava o eixo das inteligências coletivas, a partir do conceito cunhado pelo filósofo francês Pierre Lévy. Devo confessar: uma pesquisa libertadora face aos extremos vivenciados naquele fatídico ano. Nesse sentido, as verdades que tinha como absolutas vieram, aos poucos, se dissolvendo em meio às lacunas que foram preenchidas com enxertos e falas em meu trajeto exploratório de pesquisa.

¹ O trabalho pode ser encontrado no repositório institucional da Universidade de Caxias do Sul, pelo endereço virtual: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/5476>

Do hiato desta cena, retomo os meses finais do ano de 2020, quando decidi ampliar o leque de conhecimentos e me candidatar ao Mestrado em Turismo e Hospitalidade pela Universidade de Caxias do Sul. No plano de estudos solicitado para dar voz à candidatura, percebi a necessidade de constar em minha pesquisa, mais uma vez, a cena midiática virtual. Nesse momento, o anseio de desterritorializações mediadas pelo virtual face aos movimentos do turismo se inscrevem como uma espécie de metáfora. Afinal, o que poderia extrair desses dois polos ao aproximá-los? Eis o eixo central de uma pesquisa ainda a ser destrinchada. Apesar de não ser oriundo da área do Turismo, percebi que a interdisciplinaridade é algo que me encanta por permitir diferentes olhares. E assim, embarquei em mais uma viagem, na época ainda desconhecida.

Ao passo que ingressei efetivamente no Mestrado fui imerso em diferentes lentes teóricas. A partir de discussões com colegas e professores, vários questionamentos foram emergindo. Nesse sentido, a problemática da dúvida sobre a dúvida permaneceu em minha órbita. Por vezes, girando devagar no sentido de buscar a plena composição da matéria em cada nova perspectiva. Por outras tantas vezes, girando rápido, na tentativa de criar aproximações e atravessamentos com meu foco de estudo. Desse modo, a teia de conexões foi sendo ampliada, mas de certo modo, estreita, sempre em busca dos arredores que me cercam.

Nesse entremeio, encontros e desencontros ocorreram — afinal, a viagem nos propicia o estado de incertezas. Apesar dos desencontros, a força da amorosidade ao longo do percurso tem sido, para mim, um sinalizador, que me ajuda a recalcular minha rota. No curso, lembro-me de uma das primeiras aulas com a professora Maria Luiza Cardinale Baptista. Ela, sempre com o semblante acolhedor e o olhar de quem comunica afeto pelo exercício de sua profissão. A professora expressa sempre aquele sentimento sincero de paixão pela pesquisa e pelo tecer conhecimento. No cotidiano das conversas e percursos de aprendizagem, ela se mostra como uma mãe que orienta amorosamente seus filhos. Em determinada altura das discussões em sala de aula, ela enfaticamente indaga ao grande grupo: “o que te importa?”. Quando foi feita a pergunta, o questionamento ecoou, fortemente no grupo. Não passou despercebido por ninguém. Uma evocação pela trama de saberes veio à tona. Esta

pergunta também tem sido recorrente no Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese, do qual ela é líder.

A provocação em forma de pergunta diz respeito ao que, de fato, nos importa como sujeitos-pesquisadores. O que faz nosso coração pulsar? Qual a sinfonia que nos faz vibrar alegremente? O que brilha nosso olho e acalenta nossa alma? Aquilo que punge, nos toca e, em certos momentos, até nos fere a ponto de mostrar o nosso verdadeiro eu, possivelmente, é a forma mais sincera de olharmos para dentro de nós mesmos. O eu-pesquisador que demonstra a paixão de ser quem é pela ótica da pesquisa e do retumbar de suas entrelinhas. Versões de si derramadas em entrelaços. A identificação e o encontro de si como o todo que é semelhante em suas partes. Fractais da pesquisa nutridos pela trilha da identificação e do amor. Nesse sentido, percebo que estamos falando e fazendo a Ciência de um novo tempo, de um Mundo N'Ovo, como enunciado por Baptista (2023), no grupo de pesquisa e em seus textos e palestras mais recentes.

Desse modo, como uma espécie de provocação paradigmática, fui encorajado a refletir sobre o que, em toda essa atmosfera de carga virtual, me punge, me toca, me aflige e/ou, até mesmo me fere, a ponto de despertar para a seguinte pesquisa proposta. Confesso que minhas ideias iniciais foram descoladas das aproximações pelas quais tinha ingressado no Mestrado. Como do raso ao profundo, percebi que era necessário ir além do óbvio. Não é sobre pensar fora da caixa, mas perceber que, muitas vezes, a caixa é inexistente e as respostas que precisamos estão escondidas na amplitude do desconhecido — por ora.

1.2 DEMARCAÇÃO DE PERCURSO

Com as minhas inquietações em ebulição, é preciso demarcar o percurso no sentido de compreender as diretrizes e os encaminhamentos propostos para este estudo. Ao pensar sobre os meus arredores e o contexto configurado até o presente momento, percebo a necessidade de ampliar olhares e mirar em diferentes mapas. A contemporaneidade faz com que a reflexão sobre a tecnologia seja vista como um arquétipo relacional na promoção de sentidos. Com o advento da Internet e os novos artefatos midiáticos, desde o passado, fez-se necessário avançar nas reflexões sobre

o contexto de transformações e o novo panorama proposto – por vezes, previamente imposto.

Com a eclosão das redes sociais, houve uma mudança no contexto e na postura da organização social como um organismo. Castells (2005) esclarece que o ser social organiza seu significado com base em suas crenças e, não, necessariamente no que faz. Nesse sentido, a pré-disposição dos sujeitos está fadada a um condicionamento subjetivo e íntimo — a partir de si para o mundo. Essa percepção se atenua em diferentes perspectivas no *modus operandi* da cena midiática. Ao passo que a tela virou palco, as formas de recepção da informação foram se difundindo em larga escala. Com isso, as cadeias de comunicação têm se fortalecido e se tornado globais.

Em termos práticos, é possível refletir sobre a tecnologia como uma espécie de linha de produção contínua, sempre em movimento. Ela já faz parte de nosso dia a dia, incumbida de simplificar algumas tarefas e processos, desde os mais simples, até os mais complexos, como, por exemplo, na indústria 5.0², que se consolida na união multidisciplinar do ser humano com a inteligência artificial. Em sintonia com essa percepção, pensar nas tendências e inovações propiciadas pelo contexto de transformações — ao longo dos séculos — é instigar a ótica do sujeito para o que se pretende executar no futuro. Ao aterem-se a esse panorama de inflexões, os sujeitos debruçam-se na esfera da conectividade social. Apesar de um terço da população mundial ainda não ter acesso “à grande rede”³, é visível a intensificação de iniciativas rumo à ampliação de perspectivas.

Com uma população mundial que ultrapassa, de acordo com relatório da ONU⁴, a marca de 8 bilhões de pessoas, a tecnologia se torna um mecanismo de troca de experiência e, de certo modo, compartilhamento de impressões entre usuários — ainda mais em meio a um ambiente pós-pandêmico. É possível perceber o impacto

² WEB MAIS SISTEMAS. **Indústria 5.0: Entenda O Que É, Quais as Tecnologias e os Impactos?**. Disponível em: <<https://www.webmaissistemas.com.br/blog/industria-5-0/>>. Acesso em: 08 set. 2023.

³ ONU NEWS. **Crescimento da internet desacelera e 2,7 bilhões ficam fora da rede**. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2022/09/1801381>>. Acesso em: 08 set. 2023.

⁴ G1. **Somos 8 bilhões de pessoas e não vamos parar por aí**. Disponível em: <<https://especiais.g1.globo.com/mundo/2022/8-bilhoes-de-pessoas/>>. Acesso em: 08 set. 2023.

que as mídias digitais têm causado — sobretudo, alterando a postura e os modos de interação entre sujeitos. A estrutura aberta e ilimitada, indicada por Castells (2005), tem possibilitado novos nós intercambiáveis e que, de fato, são passíveis e comunicáveis entre si.

Bauman (2001) antecipa a leitura de que os seres humanos não nascem mais em suas identidades. Há um ambiente de mutação constante, decorrente de processos contemporâneos complexos. Desse ponto, podemos elencar a parcela da tecnologia com a massificação da informação, que modifica nosso cotidiano como o ponteiro do relógio que gira sem cessar. A todo instante somos impactados com uma avalanche informacional. Imersos, por vezes, em nossas bolhas (Pariser, 2012), somos propagadores dentro de nossos próprios arredores. Caminho amplo para a desinformação, signo de um processo amplamente difundido como *fake news*⁵.

A sociedade perpassa o que Maffesoli (1998) denomina de tribos. Ao passo que somos mediados por nossos grupos, estamos enclausurados em simulações (Baudrillard, 1991). Simulacros que tensionam o ambiente em que vivemos e nos revelam a verdade que buscamos ou a que meramente queremos enxergar. Essas fricções denotam uma transição e ruptura de dinâmicas sociais frente a um novo modelo. A sociedade contemporânea em seus arredores tramando mais um capítulo. Talvez, sem roteiro pré-definido, mas com uma sagacidade de atualizar seus paradigmas e conceber uma nova trama. Enlaces que revelam um novo olhar para o tempo atual.

Com vistas a esse novo paradigma complexo a ser encarado, rumo ao que alguns autores denominam com o termo “pós-verdade”⁶, como observado junto a Keyes (2018) e Santaella (2018), onde a manipulação dos fatos reside na inversão de relevância e no teor subjetivo, penso ser indispensável fazer uma aproximação ao sistema que orienta todas essas mudanças. O capitalismo molda as transformações,

⁵ Na Língua Portuguesa: “notícias falsas”. Termo que começou a ser discutido a partir das eleições presidenciais americanas de 2016 e que se desdobrou também no cenário da política interna brasileira, principalmente nas eleições presidenciais de 2018 e 2022, com a eminente polarização político-partidária advinda da disseminação de informação de fonte não propriamente segura.

⁶ Pesquisei a temática de pós-verdade no cenário contemporâneo em meu Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo, intitulado “A inteligência coletiva e a nova percepção da esfera pública a partir da era da pós-verdade: um paradoxo que se impõe” (Pissaia, 2019). Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/5476>.

remonta a estrutura maquínica e atualiza as relações de trabalho de tempos em tempos. E é nessa perspectiva que o presente trabalho se direciona e se tensiona, permitindo um olhar mais direcionado às redes sociais, prioritariamente o Instagram, para que se possa analisar as realidades impostas abarcadas neste sistema vigente no mundo ocidentalizado.

No ritmo que somos maleáveis às ondas da tecnologia, acabamos reconfigurando nosso modo de vida e os espaços que nos rodeiam. Com essa asserção, não podemos afastar a ideia de um grande entrelaçamento ecossistêmico conectado à construção de rede e de saberes a partir da eclosão das redes sociais. Essas imbricações abrem espaço para uma seara fértil e de potencialidade. Trata-se, aqui, de arredores que podem ser explorados em dimensão multiterritorial, a partir de Massey (2015). Panorama que esbarra em complexidade em sua dimensão caótica e amorosa, à la Baptista (2018; 2019; 2023).

Os ecossistemas-turístico-comunicacionais constituem-se novos desafios. Nesse sentido, o virtual como potência pode ser considerado uma pista para identificar novos pressupostos na conjuntura da sociedade contemporânea, em um emergente estado fractal. Nesse sentido, o problema de pesquisa em forma de questionamento reflexivo que proponho é: **quais são os sinalizadores dos processos de virtualização de ecossistemas-turístico-comunicacionais, considerados a partir da experiência multiterritorial das redes sociais e foco empírico no Instagram?**

Partindo da premissa da liquidez das relações sociais (Bauman, 1998; 2001), prerrogativa para a evocação de um novo *status quo* na dinâmica das redes sociais, os espaços tidos como 'entidades desterritorializadas' (Lévy, 1996; 2000; 2003), fonte de simulação (Baudrillard, 1991), configuram um novo paradigma. Um chamado provocativo para a caosmose e amorosidade (Baptista, 2014; 2015; 2018; 2019; 2023) existentes na construção de sinalizadores que busquem cartografar a experiência multiterritorial. Nessa perspectiva, o processo de virtualização pode ser flexionado como uma metáfora contemporânea como uma tela em branco com suas infinitas possibilidades.

Com o panorama apresentado, o estudo se apresenta com o seguinte objetivo geral: **cartografar processos de virtualização de ecossistemas-turístico-**

comunicacionais, considerando a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram. Enquadramentos e enlaces que se desdobram nos objetivos específicos: **a) conceituar processos de virtualidade; b) caracterizar ecossistemas-turístico-comunicacionais; c) cartografar a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram; d) relacionar virtualidade e turismo, a partir de uma visão de dois ecossistemas-turístico-comunicacionais.**

A partir das angulações pré-dispostas para o destrinchar do estudo, vamos esmiuçar os capítulos que servirão de alicerce para a sustentação desta investigação. Ao todo, o estudo detalhado tem previstos sete capítulos que visam trabalhar a dinâmica central de alguns eixos-fundantes, tais como: ecossistemas-turístico-comunicacionais, virtualidade, multiterritorialidade e redes sociais. O primeiro, denominado “Arredores Imediatos”, como se pode perceber até aqui, esboça os primeiros respiros e traços de minhas percepções pessoais como investigador da jornada a partir de vivências e inquietações em forma de regresso às minhas memórias e trajetórias até o presente momento. Apresenta também sinalizações teóricas e uma síntese da ‘viagem investigativa’. Trata-se de texto introdutório, em um contrato de relação com o leitor.

O capítulo 2 refere-se a um dos pilares que servem como base para a construção desta dissertação. Chamado propositalmente de “Caminhos (Im)pertinentes”, essa parte da trajetória de estudos apresenta as estratégias de viagem investigativa, conforme entendimento e proposições de Baptista (2014; 2013). Como ponto de partida, a perspectiva da Cartografia dos Saberes serve como orientação de todo o panorama apresentado para os capítulos posteriores. Esse panorama é sintetizado em outra estratégia metodológica da autora, as Matrizes Rizomáticas, que demonstram os alinhamentos e a coerência interna da pesquisa. A partir desse enlace, é possível desdobrar a sequência narrativa de eventos dos meus arredores — impertinentes. Nesse sentido, são estabelecidos os primeiros alinhamentos e combinados para firmar o estudo.

Já o capítulo 3 problematiza uma das vertentes fundantes na construção deste trabalho. Intitulado de forma autoexplicativa como “Multiterritorialidade e Virtualidade”, aqui se estabelecem as primeiras conexões com o universo que circunda os termos

virtual e multiterritorialidade — conceitos caros para a elaboração deste estudo. O virtual será refletido principalmente a partir de Lévy (1996; 2000; 2003), com contribuições correlatas. De igual modo, a esfera da multiterritorialidade será trabalhada a partir de Massey (2015) e de outros autores que abordam a temática. Nesse sentido, desdobra-se uma justaposição desses dois polos para a discussão e o tensionamento em capítulos posteriores.

No capítulo 4, denominado “Tranversalizações Ecosistêmicas: Turismo e Comunicação”, será abordado o *corpus* relativo ao avesso do conceito de turismo como fonte de deslocamento, desterritorialização e complexidade, a partir de autores como Baptista (2008; 2020; 2023), Maturana (1989), Guattari (1992) e Haesbaert (2004; 2007). De igual modo, apresento a proposição dos ecossistemas-turístico-comunicacionais — também fundamental para a elaboração deste trabalho. Nessa concepção, compreende-se processos oriundos do turismo com pontos que convergem à comunicação como conceito e prática, estabelecendo rotas de inflexão.

Ao avançar mais um arredor, no capítulo 5, intitulado “Experiências Multiterritoriais no Ciberespaço”, ilustram-se algumas sinalizações em forma de ‘viagem intencional desejanter’ pela Internet. A concepção deste capítulo é tecer as primeiras impressões de multiterritório, a partir de pesquisa inicial pelo Google e pelo Instagram, pelo viés dos ecossistemas-turístico-comunicacionais propostos. Uma espécie de viagem para pesquisa de campo. No entanto, as ‘aproximações intencionais’ servirão de base para cartografar estrutura de Matriz Rizomática, no sentido de tecer posterior análise, com as conversações de dados teóricos e empíricos.

O capítulo 6, denominado “Potência em Ação”, será destinado para a realização da análise multiterritorial, a partir de inferências e Matriz Rizomática estabelecida no capítulo 5. Potência em ato e em síntese. A partir da conversa com os autores acionados, será estabelecido um paralelo com a rede social Instagram, definida para esta investigação. Em convergência, serão estabelecidos dois ecossistemas para análise de materialidade empírica, por meio de perfis oficiais de turismo dos municípios de Bento Gonçalves/RS e de Nova Petrópolis/RS, situados na Serra Gaúcha. O arcabouço gerado irá permitir reflexões que servirão de base para

responder à problemática proposta inicialmente neste trabalho a partir dos conceitos destrinchados.

Ao chegar na etapa final da investigação, o capítulo 7, intitulado “O Eco da Viagem”, será destinado aos apontamentos finais desta trama, da jornada de investigação. Nesse ponto, serão trabalhadas implicações, imbricamentos, resultados e acionamentos decorrentes da proposta. De igual modo, poderá se esclarecer se a questão de pesquisa fora respondida de modo adequado e coerente ao inicialmente proposto, junto à verificação sobre o atendimento dos objetivos geral e específicos. Nesse panorama, a pesquisa poderá permear outros contornos, incluindo a participação de demais pesquisadores da área para contribuições futuras.

2 CAMINHOS (IM)PERTINENTES

“Aprendi que a coragem não é a ausência de medo, mas o triunfo sobre ele.”

Nelson Mandela

Considero a vida como um conjunto de experiências que precisam ser vividas de modo não convencional. Por vezes, é necessário ter a ousadia de fazer algo novo para obter diferentes resultados. Quando estava no Ensino Médio, uma aplicada professora de Literatura em certa aula sublinhava: “na vida, temos apenas duas certezas: a da morte e a das escolhas. Não há como fugir disso”. Aquilo bateu forte em mim. Uma afirmação feita com tamanha convicção que me fez refletir em uma subjetividade literal — a máxima popular de que “contra fatos não há argumentos”, nunca fez tanto sentido. Por outro lado, será que não podemos ampliar essa visão ilustrativa da vida? Afinal, o que são os fatos, se não narrativas?

Este capítulo é uma espécie de prólogo ao que Silva e Baptista (2023) já propunham com a percepção de “Sapere Aude”⁷. Está em pauta o atrevimento, a coragem e a compreensão de refletir e provocar os rumos da Ciência frente aos novos desafios contemporâneos a partir de si junto ao próprio arcabouço de experiências. A viagem acoplada à subjetividade humana, acrescida de contornos. Nesse sentido, acredito que pensar Ciência é abrir caminhos para a nossa própria história. A história que é construída a todo instante e faz parte de um todo ecossistêmico complexo. Desse modo, deparamo-nos constantemente com questões desafiadoras, mas que precisamos “dar conta” como pesquisadores em tempos de mutação científica.

Nesses entremeios de vivências, experiências e fluxo de informações a que somos acometidos a todo instante, percebo a importância de fazermos uma pausa. Pararmos para ouvir. Sabiamente, Rubem Alves (2003) nos presenteou com uma crônica que serve de metáfora ao falar sobre a escutatória. Muitas vezes, precisamos

⁷ Do latim: “atreva-se a conhecer”.

desabrochar a arte de sermos meros ouvintes. No afã inconsciente de demonstrar a nossa opinião o tempo todo, corremos o risco de não apreciarmos a beleza de quem está em nosso redor. Sem antecipação, muito menos hesitação. Apenas se permitir mergulhar na imensidão de outras perspectivas e de outros mundos.

Nessa mesma direção, podemos estabelecer uma aproximação com uma simples estrutura de texto. Hermeneuticamente, Gadamer (2011) adverte que é preciso que o texto fale. Parece até certo ponto irônico, mas o fundamento se une à proposição de Rubem Alves, ao passo que moldamos nossas objeções a partir de nossas vivências para o outro — para o texto do outro. É preciso despirmos nossos pré-conceitos e permitir que as entrelinhas relevem sua própria proposição. Ao discorrer de forma desarmada, podemos ampliar nosso olhar a partir da experiência do outro — do texto do outro. Nesse sentido, a Ciência também denota um poder sensorial de escuta.

Com essa asserção, os contornos da Ciência vão ganhando novas proposições e as realizações científicas instauram novos desafios na cena contemporânea ao que Kuhn (2005) conceitua de paradigmas flexíveis. Nesse sentido, compreender as mutações decorrentes de novos processos é um desafio inerente ao pesquisador na atualidade. Pensar Ciência é refletir em alguns cânones no processo de construção do conhecimento — sendo a pesquisa científica um desses caminhos. Abreviadamente, Gil (2002) acentua este processo normativo como sistemático e que tem como objetivo buscar respostas aos problemas apresentados.

Sob este viés, podemos pensar na Ciência como caminho que segue determinadas diretrizes e estrutura, mas também como instrumento que possui demandas a partir de diferentes perspectivas. Olhares entrecruzados que buscam somar no que se concebe como conhecimento científico. Nesse sentido, em termos metodológicos, não há um caminho definitivo, como defendem Lakatos e Marconi (2003), mas diria que há possibilidades e potencialidades a serem desbravadas. Em outras palavras, pensar em um conhecimento imutável e inflexível em plena era da informação se assemelha a tentar parar o tempo com as próprias mãos. É preciso, portanto, questionar mais do que responder e ouvir mais do que propriamente saber.

2.1 ESTRATÉGIAS DE VIAGEM

Nesta jornada investigativa, onde busco explorar um pouco mais o estudo inicialmente proposto, demando uma espécie de bússola para guiar meus passos. A jornada é mais bem aproveitada quando temos um mapa orientativo no qual podemos nos basear para a composição de caminhos a serem trilhados. E é exatamente nessa perspectiva que a estratégia de viagem se faz eficaz. Muitas vezes, facilmente nos perdemos não por falta de atenção, mas por desconhecermos as rotas possíveis. De certo modo, por desconhecermos também os atalhos que permitem desbravarmos sistematicamente o universo da Ciência e da vida.

Com essa proposição, ao realizar meus estudos na elaboração do percurso de pesquisa, optei pela estratégia metodológica da Cartografia dos Saberes e das Matrizes Rizomáticas a partir do que é proposto por Baptista (2014; 2023). Trata-se de estratégias de perspectiva transdisciplinar, visando à construção de saberes e o desenvolvimento de caminhos a partir de entrelaçamentos. São as chamadas trilhas que orientam o pesquisador no percurso e, de certo modo, contribuem para a sistematização e planejamento no processo investigativo. Nesse contexto, vale ressaltar a importância da proposição em tempos de mutação científica e tecnológica emergentes.

Baptista (2023) concebe a visão de trama de saberes como pressuposto ecossistêmico complexo holístico, na construção da Ciência do Novo Mundo, para a concepção científica de um mundo novo possível. Nesse sentido, a 'trama' serve como sinalizador da complexidade e como dispositivo processual e sistemático de novos (des)caminhos no percurso de investigação. Nesse percurso, vale adentrar em cada uma das trilhas investigativas que a estratégia plurimetodológica — por seu caráter plural, complexo e abrangente — oferece para dar suporte ao processo investigativo. O percurso se operacionaliza em cinco grandes trilhas, que se distribuem da seguinte forma:

A primeira, se refere à **Trilha Trama dos 'Entrelaços Nós da Pesquisa'**, que se baseia nas inquietações pessoais do pesquisador e suas aproximações, considerando seu caráter autoral e subjetivo. Essa abordagem incide nos primeiros

enlaces, tecidos pelos ‘nós’ que entrecruzam os saberes e motivações internas. Essa trilha é importante para identificar a percepção do pesquisador em relação à problematização a ser investigada. Controvertida à visão estrutural e formal da Ciência clássica, tem-se nessa concepção a pesquisa como insumo gerador de mutações, vivo, autopoietico e pulsante a todo instante.

A segunda, denominada de **Trilha dos Saberes Pessoais ou Dimensão Subjetiva**, caminha em paralelo com a primeira trilha. Em linhas gerais, há algo instintivo que movimenta e instiga a curiosidade de conhecer e investigar determinado caminho. É o passo no qual as indagações e provocações pessoais indicam pistas a serem percorridas no intuito de encontrar alguma materialidade. Em sentido amplo, faz parte da emergência do ser, daquilo que nos toca e faz pulsar. Baptista (2020) elucida que é preciso seguir, por vezes, o descaminho da pesquisa, ou seja, percorrer o processo de resgate em arquivos pessoais sem roteiro pré-definido, em busca dos “nós” da pesquisa — como espécie de entrelaçamento e pertencimento.

A terceira, conhecida como **Trilha Trama Teórico-Conceitual-Bibliográfica**, é o caminho pelo qual o pesquisador não apenas mantém a produção de textos soltos e livres, sem filtros, mas começa a adentrar o campo já explorado por outros pesquisadores. Nesse sentido, os “nós” teóricos começam a ganhar corpo com a investigação e articulação sistemática com bases de dados, dentre diversos diretórios, na construção de um *corpus* teórico do que já foi percorrido e alcançado em termos de produção. Com isso, se inicia o processo de fichamento de referências de acordo com as aproximações que mais possibilitam as conversações entre o pesquisador e os autores que fazem parte desse processo.

A quarta, chamada de **Trilha Usina de Produção ou Trama dos Fazeres**, é essencialmente composta por dois balizadores: aproximações e ações investigativas. O primeiro é concebido como um processo preliminar de pesquisa, de caráter aberto, transversalizado, pelo qual aproxima o pesquisador de seu foco de estudo, de modo singular, sem pressupostos estabelecidos — particularmente, a amorosidade proposta por Baptista (2014) em ação. Já o segundo é decorrente dessas aproximações, pelas quais fornecem subsídios para compor as diretrizes da investigação e sua coerência interna, tecendo a operacionalização dos procedimentos de pesquisa.

A quinta, denominada **Trilha Dimensão Intuitiva da Pesquisa**, é concebida a partir de brotações espontâneas do pesquisador em aproximações entrelaçadas potentes. Nesse acoplamento de informações subjetivas, em constante transmutação, a dimensão intuitiva provém de um potencial criativo — muitas vezes, ainda conscientemente inacessível. A ideia central é deixar a mente livre para receber e divagar em ideias, sem julgamentos, que produzem e se manifestam em espécie de caosmose. Com isso, a trilha fundamenta a última instância das dimensões da Cartografia dos Saberes como estratégia que formula uma base plural, aberta e complexa na construção de trama de saberes da Ciência contemporânea.

Como deriva da Cartografia dos Saberes, uma estratégia metodológica complementar são as Matrizes Rizomáticas, propostas também por Baptista (2023), a partir de aproximações do que se entende por rizoma com Deleuze e Guattari (1995). As matrizes, em síntese, decorrem de brotações irregulares que se constituem em ‘nós’ e, em movimento contínuo, se desdobram e formam novos nós. Uma confluência rizomática constante que permite ao pesquisador visualizar a coerência lógica da construção investigativa. Além disso, é possível obter um panorama sistemático em termos de operacionalização da pesquisa.

Em termos gerais, as Matrizes se dividem em quatro direções, autoexplicativas, e que desdobram a Cartografia dos Saberes da seguinte forma:

Matriz 1: trama e rizomas. Verificação da coerência da pesquisa: com a inscrição dos núcleos de significação, com foco no delineamento do estudo;

Matriz 2: detalhamento do rizoma. Relação ‘entrelaços nós’, objetivos, capítulos e subcapítulos: ocupa-se em demonstrar alinhamentos com os ‘nós’ iniciais da investigação;

Matriz 3: Composição. Trama teórico-conceitual-bibliográfica da pesquisa [Trilha Trama Teórico-Conceitual-Bibliográfica da Cartografia dos Saberes]: apresentação da relação entre o foco, sua deriva em objetivos específicos e as trilhas teórico-conceituais-bibliográficas;

Matriz 4: coerência operacional e dinâmica da pesquisa. Capítulos [Trilha Usina de Produção ou Trama dos Fazeres da Cartografia dos Saberes]: envolve todos os processos de operacionalização da pesquisa e suas derivas.

A partir da exposição conceitual das Matrizes Rizomáticas, é possível acompanhar o desdobramento da estratégia em ação nos Quadros 1, 2, 3 e 4. A apresentação tem como objetivo, tanto teórico e conceitual quanto normativo e prático, a adoção de caminhos possíveis para esta investigação. Nesse sentido, há como estabelecer novas brotações e floresceres ao passo que se torna uma ferramenta inteiramente imagética/visual. De certo modo, um balizador importante na operacionalização da pesquisa como produção de conhecimento sistemático e organizado em sua construção.

Quadro 1 — Matriz 1: trama e rizomas

Verificação da coerência da pesquisa

Título	Foco ou delineamento de estudo	Objetivo Geral	Questão de Pesquisa	Objetivos Específicos (4 a 5)	Capítulos
Ecosistemas-Turístico-Comunicacionais e Virtualização: ecos da experiência multiterritorial pelas redes sociais.	Processos de virtualização de ecossistemas-Turístico-Comunicacionais, considerando a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram.	Cartografar processos de virtualização de ecossistemas-turístico-comunicacionais, considerando a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram.	Quais os sinalizadores dos processos de virtualização de ecossistemas-turístico-comunicacionais considerados a partir da experiência multiterritorial das redes sociais e foco empírico no Instagram?		1 ARREDORES IMEDIATOS
					2 CAMINHOS (IM)PERTINENTES
				Conceituar processos de virtualidade.	3 MULTITERRITORIALIDADE E VIRTUALIDADE
				Caracterizar ecossistemas-turístico-comunicacionais.	4 TRANSVERSALIZAÇÕES ECOSISTÊMICAS: TURISMO E COMUNICAÇÃO
				Cartografar a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram.	5 EXPERIÊNCIAS MULTITERRITORIAIS NO CIBERESPAÇO
				Relacionar virtualidade e turismo, a partir de uma visão de dois ecossistemas-turístico-comunicacionais.	6 POTÊNCIA EM AÇÃO
	7 O ECO DA VIAGEM				

Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado de Baptista e Eme (2023).

Quadro 2 — Matriz 2: detalhamento do rizoma
Relação ‘entrelaços nós’, objetivos, capítulos e subcapítulos

‘Entrelaços Nós’ da Pesquisa	Objetivo Geral	Objetivos Específicos	Capítulos e Subcapítulos
<ul style="list-style-type: none"> • Ecosistemas-turístico-comunicacionais • Virtualidade • Multiterritorialidade • Redes sociais • Instagram 	Cartografar processos de virtualização de ecossistemas-turístico-comunicacionais, considerando a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram.		1 ARREDORES IMEDIATOS 1.1 O QUE TE IMPORTA? 1.2 DEMARCAÇÃO DE PERCURSO
			2 CAMINHOS (IM)PERTINENTES 2.1 ESTRATÉGIAS DE VIAGEM 2.2 MUTAÇÃO DESEJANTE E A CIÊNCIA
		Conceituar processos de virtualidade.	3 MULTITERRITORIALIDADE E VIRTUALIDADE 3.1 CIBERESPAÇO EM VERTIGEM 3.2 REALIDADES PARALELAS 3.3 CONEXÕES NAVEGANTES
		Caracterizar ecossistemas-turístico-comunicacionais	4 TRANSVERSALIZAÇÕES ECOSISTÊMICAS: TURISMO E COMUNICAÇÃO 4.1 DESLOCAMENTO COMO DESTINO 4.2 ECOSISTEMA EM COALIZÃO 4.3 TECENDO A COMPLEXIDADE TRAMA-TEIA
		Cartografar a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram.	5 EXPERIÊNCIAS MULTITERRITORIAIS NO CIBERESPAÇO 5.1 GOOGLE <i>TRENDS</i> E SUAS APROXIMAÇÕES 5.2 INSTAGRAM COMO CORPUS E AMBIÊNCIA 5.3 SINALIZAÇÕES ALGORÍTMICAS EM FOCO 5.4 PISTAS DE ANÁLISE E ‘ACHADOS’ NO <i>CORPUS</i>
		Relacionar virtualidade e turismo, a partir de uma visão de dois ecossistemas-turístico-comunicacionais.	6 POTÊNCIA EM AÇÃO 6.1 ECOSISTEMA-TURÍSTICO-COMUNICACIONAL DE BENTO GONÇALVES/RS 6.2 ECOSISTEMA-TURÍSTICO-COMUNICACIONAL DE NOVA PETRÓPOLIS/RS 6.3 INFERÊNCIAS NO AMBIENTE MULTITERRITORIAL
			7 O ECO DA VIAGEM

Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado de Baptista e Eme (2023).

Quadro 3 — Matriz 3: composição
 Trama teórico-conceitual-bibliográfica da pesquisa
 [Trilha Trama Teórico-Conceitual-Bibliográfica da Cartografia dos Saberes]

Objetivo Geral	Objetivos Específicos	Trilhas Teórico- Conceituais- Bibliográficas	Autores	Capítulos e Subcapítulos	
Cartografar processos de virtualização de ecossistemas-turístico-comunicacionais, considerando a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram.	—	—	—	1 ARREDORES IMEDIATOS 1.1 O QUE TE IMPORTA? 1.2 DEMARCAÇÃO DE PERCURSO	
	—	Cartografia dos Saberes	<ul style="list-style-type: none"> • Maria Luiza Cardinale Baptista. 	2 CAMINHOS (IM)PERTINENTES 2.1 ESTRATÉGIAS DE VIAGEM 2.2 MUTAÇÃO DESEJANTE E A CIÊNCIA	
	Conceituar processos de virtualidade.		Virtual	<ul style="list-style-type: none"> • Pierre Lévy; • André Lemos; • Dênis de Moraes. 	3 MULTITERRITORIALIDADE E VIRTUALIDADE 3.1 CIBERESPAÇO EM VERTIGEM
			Sociedade/capital	<ul style="list-style-type: none"> • Anthony Giddens; • Clóvis Gruner; • Norbert Bobbio; • Reinaldo Dias. 	
			Simulação/ Simulacro	<ul style="list-style-type: none"> • Jean Baudrillard; • Guy Debord. 	3.2 REALIDADES PARALELAS
		Sociedade em rede	<ul style="list-style-type: none"> • Manuel Castells; • Henry Jenkins. 	3.3 CONEXÕES NAVEGANTES	

		Organização Social	<ul style="list-style-type: none"> • Michel Maffesoli; • Eli Pariser; • Zygmunt Bauman. 	
Caracterizar ecossistemas-turístico-comunicacionais.		Deslocamento	<ul style="list-style-type: none"> • Dorren Massey; • Rogério Haesbaert; • Marutschka Martini Moesch. 	4 TRANSVERSALIZAÇÕES ECOSISTÊMICAS: TURISMO E COMUNICAÇÃO 4.1 DESLOCAMENTO COMO DESTINO
		Multiterritorialidade/ Desterritorialização/ Território	<ul style="list-style-type: none"> • Dorren Massey; • Rogério Haesbaert; 	4.2 ECOSISTEMA EM COALIZÃO
		Narrativas/tramas/ ecossistema	<ul style="list-style-type: none"> • Maria Luiza Cardinale Baptista. 	4.3 TECENDO A COMPLEXIDADE TRAMA-TEIA
Cartografar a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram.		—	—	5 EXPERIÊNCIAS MULTITERRITORIAIS NO CIBERESPAÇO 5.1 GOOGLE <i>TRENDS</i> E SUAS APROXIMAÇÕES 5.2 INSTAGRAM COMO CORPUS E AMBIÊNCIA 5.3 SINALIZAÇÕES ALGORÍTMICAS EM FOCO 5.4 PISTAS DE ANÁLISE E 'ACHADOS' NO <i>CORPUS</i>

	Relacionar virtualidade e turismo, a partir de uma visão de dois ecossistemas-turístico-comunicacionais.	—	—	6 POTÊNCIA EM AÇÃO 6.1 ECOSSISTEMA-TURÍSTICO-COMUNICACIONAL DE BENTO GONÇALVES/RS 6.2 ECOSSISTEMA-TURÍSTICO-COMUNICACIONAL DE NOVA PETRÓPOLIS/RS 6.3 INFERÊNCIAS NO AMBIENTE MULTITERRITORIAL
	—	—	—	7 O ECO DA VIAGEM

Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado de Baptista e Eme (2023).

Quadro 4 — Matriz 4: coerência operacional e dinâmica da pesquisa

Capítulos

[Trilha Usina de Produção ou Trama dos Fazeres da Cartografia dos Saberes]

Objetivos Específicos	Lócus da Pesquisa [Ecossistema/ Universo Investigado]	Fontes de Pesquisa [Lugares, Sujeitos, Materiais, Documentos, Bibliografia]	Aproximações e Ações Investigativas [Procedimentos de Pesquisa – Coleta e Processamento]	Recursos de apresentação/ Descrição e Tratamento Reflexivo/ Análise [Procedimentos e Descrição e Reflexão Analítica]	Capítulos e Subcapítulos
—	—	—	—	—	1 ARREDORES IMEDIATOS 1.1 O QUE TE IMPORTA? 1.2 DEMARCAÇÃO DE PERCURSO
—	—	—	—	—	2 CAMINHOS (IM)PERTINENTES 2.1 ESTRATÉGIAS DE VIAGEM 2.2 MUTAÇÃO DESEJANTE E A CIÊNCIA
Conceituar processos de virtualidade.	—	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografias direcionadas à temática; • Pesquisa de material em repositório de teses e dissertações. 	Revisão bibliográfica.	Produção de texto dissertativo sobre a temática.	3 MULTITERRITORIALIDADE E VIRTUALIDADE 3.1 CIBERESPAÇO EM VERTIGEM 3.2 REALIDADES PARALELAS 3.3 CONEXÕES NAVEGANTES
Caracterizar ecossistemas-turístico-comunicacionais	—	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografias direcionadas à temática; • Pesquisa de material em repositório de teses e dissertações. 	Revisão bibliográfica.	Produção de texto dissertativo sobre a temática.	4 TRANSVERSALIZAÇÕES ECOSISTÊMICAS: TURISMO E COMUNICAÇÃO 4.1 DESLOCAMENTO COMO DESTINO 4.2 ECOSISTEMA EM COALIZÃO 4.3 TECENDO A COMPLEXIDADE TRAMA-TEIA

Cartografar a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram.	—	<ul style="list-style-type: none"> • Concepção de '1ª dobra de pesquisa', de modo a tecer os primeiros 'achados' na Internet para estabelecer uma cartografia primária de navegação no ciberespaço. 	Criação e concepção de cartografia inicial para o estudo como estratégia metodológica por meio de quadros/estatísticas e dados comparativos.	Produção de matriz multiterritorial para análise primária, de modo a encontrar pistas para posterior análise pelo Instagram.	5 EXPERIÊNCIAS MULTITERRITORIAIS NO CIBERESPAÇO 5.1 GOOGLE <i>TRENDS</i> E SUAS APROXIMAÇÕES 5.2 INSTAGRAM COMO CORPUS E AMBIÊNCIA 5.3 SINALIZAÇÕES ALGORÍTMICAS EM FOCO 5.4 PISTAS DE ANÁLISE E 'ACHADOS' NO <i>CORPUS</i>
Relacionar virtualidade e turismo, a partir de uma visão de dois ecossistemas-turístico-comunicacionais.	—	<ul style="list-style-type: none"> • Concepção de '2ª dobra de pesquisa', de modo a criar Matriz Rizomática específica para análise empírica multiterritorial no Instagram. 	Decupagem das informações no Instagram por meio da estratégia de análise cartográfica multiterritorial específica, incluindo a análise de comentários, legenda e post em sua estruturação geral.	Produção de texto dissertativo, estabelecendo relação entre a bibliografia apresentada, tecendo acionamento com autores, bem como aproximações e comparações.	6 POTÊNCIA EM AÇÃO 6.1 ECOSSISTEMA-TURÍSTICO-COMUNICACIONAL DE BENTO GONÇALVES/RS 6.2 ECOSSISTEMA-TURÍSTICO-COMUNICACIONAL DE NOVA PETRÓPOLIS/RS 6.3 INFERÊNCIAS NO AMBIENTE MULTITERRITORIAL
—	—	—	—	—	7 O ECO DA VIAGEM

Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado de Baptista e Eme (2023).

2.2 MUTAÇÃO DESEJANTE E A CIÊNCIA

Esta investigação se baseia em pressupostos epistemológicos atrelados a concepções científicas contemporâneas, flexíveis e mutáveis. Nesse sentido, vale-se da proposição de Baptista (2020), que assinala, estrategicamente, que ‘se perder’, por vezes, é encontrar-se em um potencial de descobertas de novos mundos de conhecimento. Com isso, a partir dos processos da Ciência que continuamente sofrem transformações e se moldam a novas realidades, pode-se pensar em uma mutação desejante, derivada de processos complexos. Afinal, em que barco estamos e aonde pretendemos chegar nos descaminhos da pesquisa? Nesse sentido, sinaliza-se, nesta investigação, ações metodológicas intercambiáveis, derivadas de uma cartografia rizomática mutante — que se estabelece ao longo do percurso e que se transforma em virtude de sua caosmose (Guattari, 1992).

Posteriormente aprofundado, o termo — caosmose — refere-se à complexa interconexão entre diversos sistemas sociais, culturais e ambientais. Guattari (1992) utiliza esse termo para descrever um estado em que o caos e a ordem coexistem, enfatizando que a realidade é composta por múltiplas camadas de interações dinâmicas. Ele argumenta que, em vez de uma estrutura única e linear, a vida social e cultural é caracterizada por um emaranhado de relações que se entrelaçam, criando um ambiente onde as práticas estéticas e as experiências humanas emergem de um fluxo contínuo de transformações.

Essa proposição me faz recordar das aulas do percurso de “Mutações Contemporâneas do Turismo – Conversações Transdisciplinares”, ministrada ao longo do mestrado pela professora Maria Luiza Cardinale Baptista, nas quais o termo mutação ressaltou aos olhos de todos. Desde a concepção ligeira de mutação molecular em conceituação proveniente da Biologia, até concepções complexas no tecer da trama de saberes da conjuntura social. De fato, a emergência da discussão deriva de processos que se moldam ciclicamente. A mutação que se transmuta e se transforma a partir de novas teias — por que também não em telas? Em linha tênue, a desterritorialização, ou seja, o abandono de território, em busca de novos caminhos possíveis.

Essa construção vem ao encontro do que Baptista (2023) propõe com o “Mundo N’Ovo”, na qual defende a referência de um novo nascer — um mundo em construção, do qual todos precisam “ajudar a nascer”. Por meio de uma ecosofia⁸ do Turismo, a ideia se atém à concepção complexa e holística de uma nova Ciência no mundo contemporâneo, podendo ser incorporada como objeto de *modus operandi* ecossistêmico em seus acionamentos. Nesse sentido, pensar em mutação decorre de um universo de fluxos e de produções de conhecimento. A Ciência, nesse sentido, se torna palco para ideias plurais, múltiplas e geradoras de vida.

A ecosofia, vale dizer, provém de uma visão de ecologia profunda e ao desenvolvimento de uma consciência coletiva entre os seres. O conceito “refere-se a uma filosofia da harmonia ou equilíbrio ecológico. Ela postula que os seres humanos devem viver em um equilíbrio com a natureza, respeitando o valor intrínseco de todos os seres vivos e sistemas ecológicos” (Naess, 1989, p. 28). A visão biocêntrica estabelecida pelo autor adverte sobre a necessidade e urgência de uma compreensão e interação com o meio ambiente, sendo esta compreensão necessária para a sustentabilidade. Por esse viés, pode se fazer uma crítica no sentido de repensar a relação entre o ser humano e o meio ambiente, em alusão às crises ambientais correntes.

Em sentido ampliado e complementar, Guattari (2001) estabelece a noção das três ecologias — de esfera social, mental e ambiental. Forçosamente indignado, o autor se ampara em pressupostos subjetivos em sua complexidade para responder ao enfrentamento de uma suposta crise ecológica. O interessante é que o texto tem sua tradução datada em 1989, ou seja, o contingente de eventos pós-escrita certamente alarde mais na contemporaneidade. Ao passo a mutação sempre esteve em constante movimento, o agenciamento de diferentes contextos se fez presente. De igual modo, a Ciência naturalmente perfaz esse caminho. A busca por novas construções e um novo ‘conceber Ciência’ é nitidamente necessário à luz da deriva

⁸ Proposição derivada dos termos ecologia e filosofia, estabelecido por Guattari (2001), que desdobra a interface de interação dos sujeitos sociais em uma filosofia ecológica. Foi discutida por Baptista em artigo apresentado no Seminário ANPTUR, de 2023, e publicado posteriormente. Disponível em: <https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/educacao/article/view/17779>. Acesso em: 14 abr. 2024.

de mutação, de entrelaçamento de novos saberes e da busca por alternativas que sustentam novos paradigmas sociais.

Pensar em transformação, portanto, tem-se como uma tarefa primordial na dinâmica social vigente. É preciso mais do que repensar caminhos, traçar novas rotas — linhas de fuga, na concepção de Guattari (1992). A construção do turismo enquanto construto atrelado à comunicação em seu ecossistema complexo deriva de uma necessidade sustentável de conceber uma nova configuração social harmônica. Nesse sentido, a visão holística colaborativa, de participação, mediada pela presença, se torna campo fértil. Cabe a todos enquanto pesquisadores compreender esses novos arredores complexos que se formam a todo instante e tecer alternativas como estado emergente de sobrevivência coletiva.

Na concepção apresentada, marcada por tensionamentos e derivas a partir dos novos paradigmas e emergências sociais, esta pesquisa aponta para aproximações, principalmente, entre turismo e virtualidade — decorrente de processos complexos da Comunicação — com o objetivo de compreender os mecanismos que interligam as duas direções, em sentido amplo. A narrativa se constrói por meio de **ações e experiências no ciberespaço** e, *a posteriori*, em termos de produção e etapas de trabalho, de **navegação pelas redes sociais, com foco no Instagram**. A construção decorre conforme estratégia decodificada nos capítulos 5 e 6, que fornecem bases experimentais para, de modo intercambiável, promover análise multiterritorial, conforme estratégia metodológica rizomática do Quadro 4. A mutação, em seu estado de deriva investigativa, analítica e prática.

Em termos operacionais, a pesquisa foi realizada a partir da rede social Instagram, que serve como recurso para a ‘viagem de campo’. A ideia foi realizar, em primeiro plano, uma navegação intencional desejante, mas sem uma estrutura pré-formatada. Nesse sentido, pretendeu-se tecer as primeiras impressões por meio plataforma, de modo a construir a matriz de rizoma multiterritorial como estratégia de análise. A partir disso, foi possível estabelecer uma trilha de estudo pela interface virtual. A dinâmica foi estabelecida pelos acionamentos e ‘achados’ de narrativas e seus desdobramentos como materialidade.

Os dados coletados na plataforma serviram como sinalizadores de ‘viagem’, bem como base para conversas com autores referenciados neste trabalho. Desse modo, a construção empírica do ecossistema-turístico-comunicacional pôde convergir e ganhar *corpus* com o acionamento e discussão de teorias. A ideia esteve pautada na proposta de refletir e tecer aproximações e entrelaçamentos no eixo: virtualidade, multiterritorialidade e redes sociais. Com esse tensionamento, foi possível a abordagem da problemática proposta nesta investigação, bem como considerar o espaço virtual como um arquétipo de poder e de acionamento de devires.

Devo lembrar, por fim, que o escopo desta pesquisa sofreu alguns percalços em termos de produção e tempo hábil de produção. As mudanças de rota foram ocasionadas devido à orientação metodológica, na qual não havia uma coerência interna tanto de pesquisa quanto com ‘o que me importa’. Ao passo que fui delineamento ‘meus achados’, percebi que o enfoque dado anteriormente não contemplava a visão holística, aberta e intercambiável de Ciência contemporânea flexível em seus paradigmas. Nesse sentido, busquei outros caminhos que decorreram desse processo.

Vale ressaltar, neste sentido, que, literalmente, houve uma mudança de orientação, com a troca da orientadora, durante o percurso de aprendizagem do Mestrado. Mais que isso, ingressei com o propósito de realizar o trabalho no Amorcomtur!, sob a orientação da Prof^a. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista, já que sou pesquisador deste grupo. Depois, por questões internas do PPG, de distribuição de orientandos, passei um tempo grande sendo orientado pela perspectiva da primeira orientadora, Prof^a. Dra. Luciene Jung, na linha teórica da Análise do Discurso. Em 2023, fui novamente encaminhado para a orientação da Prof^a. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista, também por questões internas do PPGTURH, e a pesquisa original foi retomada, o que, claro, significou um esforço grande, no sentido de busca de aprofundamento de dados teóricos, redefinições metodológicas e operacionalização da investigação. Ressalto, no entanto, que isso me favoreceu, porque a pesquisa que entrego é a que eu gostaria de fazer, em termos teóricos e empíricos, ainda que tenha passado por essa limitação do tempo de execução.

Percebo, além disso, contudo, que estar ligeiramente ‘sem bússola’, por um tempo, não é, de todo, ruim. A atmosfera desconhecida e de incertezas proporciona

um ambiente de descobertas ainda mais enriquecedoras, permitindo encontrar potentes sinalizadores inseridos no meu 'eu' enquanto pesquisador para o desenrolar desta investigação. Como recorrentemente Baptista (2022) elucida, o *modus operandi* do caos não é a desordem, mas um campo de potencialidades — que podem decorrer em torno de nós mesmos, em um processo inscriacional, de reinvenção e novos acionamentos constante.

3 MULTITERRITORIALIDADE E VIRTUALIDADE

*“Tornou-se chocantemente
óbvio que a nossa tecnologia
excedeu a nossa humanidade.”*

Albert Einstein

É minimamente curioso como, de modo sintético, a virtualidade está impregnada em nós, embora muitas vezes não entendamos seu processo construtivo. O cotidiano tornou-se palco para as mais diferentes experiências. Estamos reféns de uma sistemática que vai sendo delineada como um relógio que não cessa. Na mesma frequência e ritmo do sonoro “tic tac”, novos dispositivos são disponibilizados e colocados à prova. O tempo de maturação deve ser breve e seguir um protocolo: romper barreiras, criar necessidades e estabelecer novas demandas. Seria este um assunto exclusivo dos administradores? Por vezes. Nessa hora, a “inovação” entra em cena e cria suas regras de mercador. Um discurso que acompanho de perto há tempos, tanto dentro quanto fora da academia.

Sob esta asserção, a multiterritorialidade, em aspecto amplo, se acopla como uma espécie de extensão à virtualidade ao passo que a primeira sugere múltiplos territórios, enquanto a segunda endossa a potencialização de relações sociais dentro da multiplicidade territorial. Nessa junção, termos como tecnologia, processo maquínico e sociedade servem como elementos de uma engrenagem mais robusta. Diferentes plataformas e dispositivos rondam nossa órbita canalizando acontecimentos e desdobrando novas formas de interação social. A Internet, nesse caso, tornou-se mediadora de narrativas que são ‘potência’ — um vir a ser, um tornar-se algo, à luz de Lévy (1996).

Borba (2018) destaca que essa imersão proporcionada por tecnologias virtuais pode levar a uma reconfiguração da relação entre o sujeito e o espaço, promovendo uma experiência que transcende as limitações físicas. Essa nova forma de interação sugere que as realidades virtuais têm o potencial de influenciar não apenas a maneira como percebemos o mundo ao nosso redor, mas também como

nos relacionamos com ele, criando um espaço onde as fronteiras entre o real e o virtual se tornam cada vez mais difusas. O autor enfatiza que a utilização de tecnologias imersivas pode ter implicações significativas em diversas áreas, como educação, turismo e entretenimento.

Ao possibilitar experiências imersivas que simulam contextos reais ou imaginários, essas tecnologias não apenas enriquecem o aprendizado e a exploração cultural, mas também oferecem novas formas de engajamento emocional e cognitivo. Desse modo, pode-se dizer que as inovações tecnológicas podem moldar nossas percepções e interações no mundo contemporâneo. Ao explorar as potencialidades das realidades virtuais, Borba (2018) nos leva a considerar as transformações nas dinâmicas sociais e culturais que emergem desse novo cenário. A capacidade da tecnologia na conjuntura das redes sociais tende a criar experiências envolventes e interativas, permitindo novas possibilidades para a construção de significados e identidades.

De igual modo, pode-se fazer uma aproximação com Augé (1998), quando esmiuça o conceito de 'não-lugar'. Os 'não-lugares', por sua vez, "são espaços de transitoriedade que não possuem significados suficientes para serem considerados como 'lugares' reais" (Augé, 1998, p. 75). Por se tratar de espaços de transição e passagem, não criam uma identidade coletiva e, de certo modo, fragmentam a experiência do tempo e espaço, tornando as relações superficiais e temporárias. O autor utiliza espaços como aeroportos, estradas e *shopping centers*, como canalizadores do conceito relacional.

Nesse sentido, podemos fazer uma 'potencialização' e atualização do termo para os laços sociais, por meio da Internet. De certo modo, estes não estão apartados da dinâmica proposta por Augé no modelo capitalista tradicional. Com o aumento da interatividade pelas redes sociais, há um aumento nas dinâmicas de sociabilização. Com isso, as relações estabelecidas estabelecem uma nova ambiência, até certo ponto, superficial. A sociedade, em sua complexidade, rompe os laços com a estrutura social tradicional e constitui-se fragmentada em um novo movimento pelas redes sociais. Nesse cenário, há uma cultura intensa e fugaz, bem como o desejo pela novidade. Seria esse um 'não-lugar', em sua deriva?

Face a todas essas transformações decorrentes de processos, Schwab (2016) alerta para um ponto de inflexão. Há uma profunda mudança no que se compreende por tecnologia em si. Isso incide desde a esfera digital quanto física e biológica. As constantes mudanças têm ganhado cada vez mais velocidade em curto espaço de tempo e repercutido em todos os aspectos na vida dos sujeitos sociais. O lema é fazer/construir/criar mais rápido — mas será que melhor? Nesse sentido, proponho uma pausa para uma breve reflexão: estamos preparados como sociedade para vivermos uma maratona? A corrida contra a lentidão e o atraso, ao que me parece, tem sido gerada pelo fato de que estamos tão mergulhados em águas profundas que não percebemos que estamos a ponto de nos afogar. Tentamos (temos que) produzir, mas estamos ilhados em meio a um ‘mar de dados’ e dispositivos tecnológicos. A questão, no entanto, é: o que estamos fazendo com eles?

Nessa conjuntura, podemos aproximar Sodré (2014) com a concep o da quarta bios midiático, que estabelece uma rela o entre os sujeitos e os mecanismos de comunica o providos dos novos meios tecnológicos, como a Internet. A bios, nesse sentido, não se refere a uma estrutura biológica, mas ao modo como a vida social se organiza em diferentes épocas.

O advento da quarta bios revela que a vida cotidiana passa a ser mediada pela tela, pelos fluxos contínuos de informa o, imagens e sons. A experiência do mundo passa pelo filtro tecnológico, criando uma bios em que o sujeito vive imerso nas redes de comunica o (Sodré, 2014, p. 93).

Para o culminar da quarta bios, podemos retomar as três primeiras fases da estrutura da comunicacional, que são: a bios política, a bios econ mica e a bios cultural. A primeira fase   ligada pela centralidade da palavra e do discurso oral na vida pública, ou seja, a comunica o ocorre de modo interpessoal. Já a segunda fase, assume um papel instrumental, na qual a comunica o tem papel utilitário ao capitalismo, visando transa es econ micas. A terceira fase, por sua vez, perpassa pelo campo das expressões simbólicas da massa. Nesse cenário, a m dia tradicional (r dio, cinema e televisão) começa a ganhar relevância, sendo campo de representa o social e influenciadora de comportamentos.

A partir dessa construção, a quarta bios se consolida como ambiência de transformação. O autor esclarece que a vida em sociedade está cada vez mais dependente das tecnologias digitais e sendo mediada por ela. Com isso, a bios não é apenas um meio de transmissão de informações, mas também um ambiente que molda as formas de pensar, sentir e agir dos sujeitos. A comunicação, por sua vez, assume papel central e cria potenciais multiterritórios, a partir dos dispositivos tecnológicos. Nessa aproximação, o virtual se revela como um promotor de inúmeras possibilidades na vida cotidiana, fazendo da comunicação papel central dos sujeitos.

Em concordância, pode-se dizer que a tecnologia se acopla à criatividade do ser humano, sendo possível ampliar condições para criar e estabelecer novas formas de sociabilidade. Surge assim, uma ambiência, um construto relacionado ao que Lévy (2003) denomina de inteligência coletiva e Castells (2005) define como sociedade em rede. Fluxos de informação que se transformam em ondas e vagueiam de forma ultraveloz por conexões que não mais precisam necessariamente de cabeamento. A nuvem⁹ permite armazenarmos todo o tipo de conteúdo em instantes. O peso em *hardware* já não é um pertencimento dos novos dispositivos, que disponibilizam uma gama variada de pacotes virtuais. Em certo sentido, chega a ser cômico pensar na aquisição desses espaços não palpáveis, como uma espécie de SaaS¹⁰, bitcoin¹¹ ou até mesmo NFT¹². O ponto fulcral é que estamos tão desacostumados com a materialidade que chega a ser assustador.

⁹ Tecnicamente, trata-se da forma de salvamento de informação que, na atualidade, ocorre por meio das chamadas “nuvens”, permitindo agrupar informação e liberar espaço em disco. Por outro lado, as nuvens são engrenagens disponibilizadas por potências, ou seja, territórios virtuais geridos por grandes conglomerados. Em decorrência disso, há uma dualidade: colocam em risco o fluxo e o armazenamento de informações, ao mesmo tempo que o facilitam.

¹⁰ Do inglês: *Software as a Service*, a sigla denomina os serviços e modelos de negócio em software, no qual o fornecedor disponibiliza integralmente pela web.

¹¹ Faz parte das chamadas criptomoedas, em uma rede descentralizada com sistema de pagamento digital.

¹² Do acrônimo em inglês: *Non-Fungible Token*. São ativos digitais únicos e indivisíveis, armazenados em uma blockchain (banco de dados avançado interligado em cadeia). O surgimento da moeda virtual é datado em meados de 2014, pelo artista Kevin McCoy e Anil Dash, em evento no Museu de Arte Contemporânea em Nova York. Picinini e Baptista (2022) aprofundam o tema neste artigo: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/7334>. Acesso em: 4 maio. 2024.

Um exemplo recente é a atualização do dinheiro físico, que ganha outros contornos com a chegada do pagamento via Pix¹³. Dentro de poucos cliques ou, até mesmo, de uma mera aproximação, permite que o dinheiro ‘faça sua viagem’ de um lado a outro. Esse ‘intercâmbio imaterial’ acontece não somente na dinâmica entre sujeitos, mas também na adequação de interface e fluxo de informação frente às novas tecnologias. O capitalismo mostra, nesse sentido, ser a retaguarda e a ponte para as construções em multiterritório, desdobradas e potencializadas a partir do ambiente virtual.

Nessa lógica, a digitalização que permite diferentes atores se comunicarem — indiferentemente de tempo ou distância — remete a um novo momento social. A medida que a instantaneidade das relações estabelece novas diretrizes, o calor humano é recondicionado a uma onda de atualização. A liquidez das relações, já enunciada por Bauman (1998; 2001; 2012) e a construção de uma cultura, fugaz, com memória duvidosa e interpelada pelo senso de pertencimento são componentes que regem uma nova orquestra de existências e relações sociais. Nessa conjuntura, é preciso reivindicar e defender o que buscamos. A identidade, segundo o autor, não é constituída naturalmente, mas sim conquistada. Na prática, no entanto, no cenário complexo das redes digitais e de múltiplas conexões e transversalidades, segundo Baptista (2000), a identidade é trama de singularidades, transpondo a noção original de identidade, para a complexa trama subjetividade constituída por múltiplos agenciamentos, processos e dinâmicas autopoieticas.

Em consonância, Augé (1998) aponta para um contexto de ‘supermodernidade’, na qual a ambiência é cenário de transformações e rupturas. Nesse contexto, o excesso de velocidade e a proliferação de informações e lugares descartáveis afetam a capacidade do sujeito de se sentir enraizado ou ligado a algo duradouro. “A supermodernidade acarreta uma proliferação de eventos e lugares efêmeros, que tendem a desconstruir o senso de pertencimento e identidade dos indivíduos” (Augé, 1998, p. 87). Aproxima-se, portanto, a ideia de uma releitura dos movimentos digitais, por onde o ser humano modifica seu modo de agir perante as plataformas de interação.

¹³ Sistema de pagamento instantâneo lançado pelo Banco Central no Brasil, no final de 2020.

De igual modo, Sodré (2022) já alerta para uma ‘sociedade incivil’, ou seja, uma sociedade que perpassa por novas dinâmicas de subjetivação e coletividade. Isso reflete em uma vida social cada vez mais dominada pela mídia e pelo discurso polarizado. Ele endossa que a comunicação, mediada por novas tecnologias e interesses financeiros, desempenha um papel central na configuração das relações sociais, contribuindo para o chamado ‘iliberismo’ — olhar cético para o liberalismo — que ameaça à democracia e às instituições. Nessa perspectiva, é possível vincular o espectro das relações em sua forma digitalizada e de fácil acesso.

O autor ainda propõe uma reflexão sobre a necessidade de regeneração das práticas políticas e sociais em busca de formas não violentas de convivência. A Internet, nesse quesito, propõe um campo vasto e, de certo modo, velado — ao mesmo tempo que estamos conectados e aparentes, estamos ocultos e escondidos em nossas bolhas. Nesse viés, ao enfatizar a importância da ética na comunicação como um caminho para enfrentar os desafios contemporâneos, Sodré (2022) considera as implicações das mudanças contemporâneas, propondo um olhar crítico sobre o papel da mídia e da comunicação na sociedade e nas novas configurações sociais.

Esse cenário, conseqüentemente, abre margem para o movimento social. E, nesse aspecto, busco reiterar a palavra movimento como um vértice do que se entende por turismo em sua desterritorialização. Desse ponto, me recordo quando ingressei no Mestrado. Inicialmente, atrelei movimento à busca por criar aproximações no sentido de imaginar uma nova moldura conceitual, em forma de fluxo, de canal e, também, de observação. Em decorrência, afastei a concepção ligeira de que “turismo é o ato da viagem”, para novos caminhos possíveis de se pensar o ‘turismo’ e a ‘viagem’ como indicadores e potencializadores rizomas.

Neste sentido, vale retomar a proposição do conceito rizomático, a partir de Deleuze e Guattari (1995) e desdobrado nos estudos de Baptista (2023), principalmente na concepção de estratégias plurimetodológicas, como a Cartografia dos Saberes. Por esse viés, o termo rizoma decorre da aproximação com a Botânica, que se compõe pelo crescimento de raízes e brotações irregulares, sem simetria e regularidade. No sentido ‘potencializado’, proposto neste estudo, rizoma sugere o

sentido de 'vir a ser', o virtual que renova significados e permite novas possibilidades, segundo o que Lévy (1996) esclarece.

Podemos traçar uma aproximação com Massey (2015), que percorre o campo do território por meio da ótica da interação e interrelação de sujeitos. O espaço e suas interrelações acaba sendo um dos pontos de inflexão, ao tratar de sua dinamicidade. Ainda de acordo com a autora, eles — os espaços — não são fechados/inarticulados, sendo flexíveis e, com isso, mutáveis para novas direções, a partir de um pertencimento de trajetos e de suas interconexões. Nesse sentido, a plasticidade do turismo como potência multiterritorial e, principalmente, virtualizada em suas relações, encontra área fértil para novas composições ecossistêmicas e formas de organização.

Em justaposição, Haesbaert (2007) discute território como uma espécie de construção e espaço de enraizamento, bem como de significação dos lugares. O território em compasso a uma construção histórica e, de modo 'atualizado', a uma simulação multiterritorial — o que implica o reconhecimento de ambientes configurados a partir do ciberespaço. Nessa concepção, é possível desdobrar a multifacetada interface do que se compreende por virtual e estabelecer vínculos conceituais do turismo para indicar novos caminhos.

Para Haesbaert (2004), o território não se limita a um espaço físico delimitado; ele é uma construção social complexa que envolve relações de poder, identidade e pertencimento. Essa perspectiva permite entender como os indivíduos e grupos se relacionam com os espaços que habitam, destacando a importância das práticas sociais e culturais na formação do território. Assim, o território é visto como um elemento dinâmico, sujeito a transformações e reinterpretações ao longo do tempo.

A desterritorialização, conforme sugere Haesbaert (2004), não deve ser encarada apenas como a perda de vínculos com um determinado espaço, mas também como um processo que pode abrir caminho para novas formas de reterritorialização. Nesse sentido, a desterritorialização implica em uma reconfiguração das identidades e das relações sociais, onde novos significados são constantemente negociados e reconstruídos. Essa dinâmica revela a complexidade das interações sociais contemporâneas, mostrando que a mobilidade e a fluidez dos contextos atuais desafiam as noções tradicionais de lugar e pertencimento. Assim, a

análise dos processos de desterritorialização permite uma compreensão mais profunda das transformações sociais e culturais que caracterizam o mundo contemporâneo.

Além disso, Haesbaert (2004) propõe que os processos de desterritorialização estão intrinsecamente ligados às novas tecnologias de comunicação e mobilidade e facilitam a circulação de pessoas e informações em escala global. Essa conectividade cria formas de pertencimento que transcendem as limitações geográficas tradicionais, permitindo que indivíduos se identifiquem com múltiplos lugares simultaneamente. Assim, as redes sociais e outras plataformas digitais tornam-se espaços onde as identidades são continuamente moldadas e expressas, refletindo uma nova configuração territorial que desafia as noções convencionais de fixidez e estabilidade. Essa realidade nos aproxima sobre como as práticas contemporâneas de comunicação e interação social influenciam não apenas o conceito de território, mas também as experiências individuais e coletivas em um mundo cada vez mais interconectado.

3.1 CIBERESPAÇO EM VERTIGEM

Em geral, a sensação de vertigem não é uma sensação muito agradável. A percepção de ter o ambiente girando ao seu redor, mesmo quando se está parado, deve equivaler à sensação do que foi o advento da Internet para a população mundial. Conhecida como 'a grande rede', ela — Internet — faz intercâmbio com a nova configuração e narrativas existentes a partir da tecnologia. Além do viés tecnicista de ser o maior espaço existente de informação e circulação via rede, se tornou espaço de socialização e troca de experiências. Rabaça & Barbosa (2014) datam seu início na década de 1960, quando o Pentágono buscava um meio de preservar informações, em caso de ataque nuclear.

Para Lévy (1996), a Internet e seus mecanismos são percebidos como instrumentos de desenvolvimento social. Em linhas gerais, se concebem como a 'essência', a 'ponta fina', junto ao virtual, que está em estágio de mutação em curso. Uma transformação que decorre de processos de transformação constantes. Para o autor, a concepção, ainda, se dá a partir do 'devir outro', ou heterogênesse dos sujeitos.

Nesse sentido, a Internet, como ciberespaço, se configura não apenas como ferramenta, mas como meio de acesso e acionamentos diversos em multiterritório.

A partir disso, sentir-se deslocado faz parte do processo de ruptura para a chegada de novos tempos e formas de interação entre sujeitos. Em meio a grandes transformações tecnológicas e socioculturais, apresentam-se novos paradigmas que se entrelaçam e nos propõe uma trama complexa de explicações. Irônico pensar que, embora estejamos em um tempo de respostas na palma de nossas mãos, existem cada vez mais questionamentos a serem respondidos. Há um crescimento de níveis de incompreensão e de incomunicabilidade, como nos ensina *Ciro Marcondes Filho (2016)*, nos estudos relativos à Nova Teoria da Comunicação.

Na mesma direção, não há como pensar nas transformações e questionamentos atuais e se apartar do momento histórico que antecedeu a contemporaneidade. Carregamos bagagens personificadas e a história faz o papel de agrupá-las. Nesse contexto, as diferentes fases da Revolução Industrial têm uma parcela considerável de 'culpa' para o que se tem hoje em termos de tecnologia e inovação. *Dias (2014)* esclarece que as formas de organização social, a partir da industrialização, transformaram, de certo modo, o contingente humano. O estabelecimento de novos parâmetros molda o agir e o pensar social para além do olhar ligeiro técnico-científico. De fato, um hiato de mudanças que permite uma ruptura: a substituição gradual do homem à máquina.

Nesse sentido, é importante retomar a discussão da Revolução Industrial e seu desdobramento para o cenário contemporâneo. De certo modo, a estrutura que temos de ciberespaço e sistemas digitalizados provém desses processos graduais de transformação. De acordo com *Dias (2014)*, o período da história é marcado pelo conjunto de invenções e inovações entrecruzadas que permitiram acelerar o crescimento da produção de bens. Inicialmente, como um movimento processual que se apartou e tornou-se independente dos modos de produção agrícola. Para além disso, o fenômeno da Revolução percorre três fases subsequentes, que são alicerces importantes de mudança estrutural na sociedade.

A Primeira Revolução Industrial iniciou na segunda metade do século XVIII, na Inglaterra, estendendo-se a outros países europeus e aos Estados Unidos. Nesse

período, iniciou-se um processo de aperfeiçoamento da produção industrial, bem como expansão dos sistemas de transporte, como as ferrovias. Em consonância, a Segunda Revolução Industrial — ocorrida entre os séculos XIX e XX — se deu a partir da Europa e Estados Unidos. Nesse cenário, iniciaram os processos de expansão do comércio mundial, modificação dos sistemas fabris e intensificação da produção capitalista em massa. Nesse recorte, a economia agrária, aos poucos, vai perdendo espaço para o modelo de economia industrial (Dias, 2014).

Com toda essa base econômica e processual caracterizada pela aceleração de processos e rápida expansão, a Terceira Revolução Industrial foi ganhando forma. Essa fase remonta o final do século XX até a contemporaneidade, sendo os Estados Unidos o pioneiro do movimento. É nesse ambiente que ocorrem diferentes inovações na área da informática, biotecnologia, automação de processos e informação. Além disso, pode-se perceber um maior estímulo na Ciência, como fonte de pesquisa, bem como a eclosão dos movimentos de globalização. No desencadear dessas mudanças, a terceira fase também se consolida a partir da transformação e ruptura do analógico para o digital.

Em contraponto, ao passo que as diferentes Revoluções vão sendo aglutinadas, Kucinski (2004) adverte que é um erro pensar que a elas ocasionaram o desdobramento da microeletrônica e sua construção. O autor trabalha com a ideia de uma contrarreforma, pela qual a tecnologia conduz o sujeito a uma direção contrária à própria Revolução. Essa concepção se aproxima ao pensamento de Martins (2017), que aborda sobre o aperfeiçoamento dos mecanismos de produção. Estes, por sua vez, passam a ser objeto para aprimoramento da própria produtividade. Vale lembrar que a lógica de dinâmicas e processos inerentes à Revolução Industrial está vinculada à ênfase de produtividade e conseqüente interesse de acumulação de capitais, o que implica em acoplamento direto com o sistema capitalista e seus meios de produção em massa.

Giddens (2000) assinala que as formas de produção vigentes são determinadas por um conjunto de relações que ocorrem entre os agentes sociais implicados no mesmo processo. Essa estrutura de classes perfaz a ideia de reprodução a todo instante, pela qual toda a organização social se torna detentora de pequenas mudanças — do micro ao macro. Veloso (2011) ratifica a ideia de serventia

dos movimentos tecnológicos estarem sujeitos e condicionados aos interesses da classe dominante em detrimento às necessidades dos trabalhadores. O autor aponta, ainda, que a luta pela construção do uso social dos novos aparatos tecnológicos deve ser aberta e plural.

No contexto apresentado, a aderência democrática da tecnologia não aparenta ser amplamente disponível. E, de fato, essa construção caminha em passos lentos. Moraes (2001) adverte que o *modus operandi* de produção, pelo qual há concentração de riqueza, desigualdades e monopolização transformam a gestão social em um verdadeiro vendaval. Nessa perspectiva, apesar de estarmos imersos em plena era da informação, ainda pode-se dizer que um terço da população mundial está sem acesso à Internet¹⁴. Os dados esclarecem os esforços em termos de evolução ultrarrápida, mas deixam em evidência que ainda há grandes barreiras, tendo em vista que grande parte não tem acesso ao mínimo para a própria sobrevivência. Ao que parece, o pêndulo do interesse sempre se atém à relação da figura social dominante.

Entre os sabores e dissabores de críticas, a sociedade da informação foi sendo desenhada 'naturalmente'. Esse aprimoramento dos processos, de acordo com Veloso (2011), inaugura um novo padrão produtivo, tecnológico e organizacional, trazendo subsídios para o desenvolvimento da informação e das novas tecnologias digitais. Por isso, retoma-se a ideia de que, para compreender a cadeia de relações até a contemporaneidade, é preciso se ater ao fato das imbricações e transformações decorrentes dos sistemas de produção de outrora. As inflexões sociais, políticas e econômicas perpassam por uma visão ideológica, quase que sempre normativa.

Essa construção pode ser mais bem identificada a partir de 1980, com os processos de globalização, conforme Plümer et al. (2018), pelos quais a escala das influências internacionais ocorre em dimensões cada vez maiores e incide na vida das sociedades locais. De certo modo, o viés econômico exerce papel fundamental como impulsionador das tendências e disseminador de novos ritos. Com isso, os processos vigentes de transformação acabam sendo inseridos em diferentes contextos. Nesse

¹⁴ UOL. **Um terço da população mundial continua sem acesso à Internet**. 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/afp/2023/09/12/um-terco-da-populacao-mundial-continua-sem-acesso-a-internet.htm>. Acesso em: 19 nov. 2023.

caso, a Internet se torna um desses mecanismos — até mesmo como prova social e experimental.

Nesse entrelaçamento, o capital social acaba passando por uma reconfiguração e se converte em simbólico intangível, tornando-se um produto-serviço de alto valor agregado, resultante de um sistema alimentado por usuários com suas inteligências e capacidades criativas (Plümer et al., 2018). Com isso, a informação começa a ganhar destaque, principalmente pela visão analítica e interpretativa de seus observadores. Mais recentemente, as *fake news* são o exemplo da ponta de um *iceberg* que desembrulhou o acúmulo de informação e a necessidade de filtros para a correta disseminação de informação. Problemas aparentes que vão se sobrepondo sem freio, em uma órbita sem a escritura de um dono e poucas regras: o ciberespaço.

3.2 REALIDADES PARALELAS

Com a grande oferta e as notórias novidades tecnológicas, facilmente se perde a noção da realidade — pelo menos, assim considero. Às vezes, questiono se não vivemos em uma espécie de Matrix¹⁵, onde há uma realidade paralela. A Internet causa essa impressão de ser uma amiga próxima ao mesmo tempo que é um parente distante, incomunicável. Estranha sensação de estar imerso em um universo irreal, mas que somos sorrateiramente dependentes. Um meio termo entre a criatura que adentra seu criador e o torna refém. Assim, se projetam os novos capítulos na novela da vida virtual — eis a sociedade da informação em seu mais recente episódio. Narrativas em diferentes ecossistemas que se conversam a todo o tempo.

Polizelli e Ozaki (2008) observam essa fase informacional como a construção de uma cooperação de conhecimento e disseminação de competências entre os atores sociais. Nada tão distante do que Lévy (2003) propôs com o conceito de inteligência coletiva e o que é denominado por Castells (2005) como sociedade em rede. Emerge aqui a ideia de moldar estruturas e expandi-las de forma ilimitada, buscando integração de todos para todos. Criam-se, assim, novos nós que se

¹⁵ Referência à trilogia de filmes "The Matrix" (A Matrix, em português), escrita e dirigida pelos irmãos Wachowski.

comunicam entrelaçados, de forma fluida e se tornam um só. Nesse aspecto, a Internet se tornou um experimento poderoso para essa construção. Não obstante, novos paradigmas sociais foram sendo delineados ao longo do processo, como por exemplo, as redes sociais com todo seu glamour e fetichismo ilusórios — encaixe nítido para a arena de espetáculos atualizados e virtuais (Debord, 1997).

Ao visualizar o adensamento e a proporção exponenciais que a Internet tem alçado no contexto mundial, nota-se que as cadeias de comunicação se fortalecem e se tornam, de fato, globais. Nesse sentido, os agentes sociais se integram a um sistema de empoderamento, denotando suas particularidades. As redes sociais deixam essa premissa em evidência. Castells (2005) atesta esse padrão da sociedade, no sentido de que as pessoas organizam o significado não mais em torno do que fazem, mas com base em quem são e em suas crenças. Essa autenticidade é necessária para o construto de uma sociedade digital, lugar onde a humanização tem perdido certo espaço.

Nessa direção, retoma-se Maffesoli (1998), quando o autor reporta a ideia de agrupamento social, o qual se reúne e congrega conforme valores e ideologias, justapondo-se à sociedade. A aderência ao ecossistema virtual, por esse viés, sugere aproximações com base em comportamentos semelhantes de um coletivo/tribo. Essas definições são amplificadas e ‘atualizadas’ no ciberespaço, imbuídas de mudança nos modos de organização e interação entre sujeitos. Essas características já eram enunciadas por Lévy (2003) e adensadas mais tecnicamente por Pariser (2012), no sentido de concepção e formação de múltiplas narrativas e de seus grupos em torno delas.

Sob essa ótica do ser em seus diferentes ecossistemas, Bauman (2012) convida a pensar na totalidade dos coletivos sociais. Os atores devem, também, sentirem-se parte integrante de um grande grupo, mesmo que virtualmente as tribos já estejam estabelecidas em torno de seus interesses. Em tempos de mecanismos das redes no espaço cibernético, amplifica-se o modo como os usuários incidem em grupos e estabelecem relações. É preciso se identificar com a totalidade, mesmo que de forma imaginada, de modo a transcender a ‘massa cinzenta’ e abstrata de relações. Percebe-se, portanto, que a identificação com o coletivo é uma tarefa recorrente no

que se refere ao fato de incluir-se — de pertencer e se sentir incluído, de modo simbólico, a determinado eixo em um grupo.

Com o contexto de pertença — se ser e se sentir pertencente —, então, molda-se o aspecto comportamental dos agentes sociais. Ao vincular este dado à eclosão da Internet na era de transformações tecnológicas, é possível reter certos padrões — que tendem a modificar-se junto à velocidade da informação e à criação de novos dispositivos e plataformas digitais. Nessa perspectiva, no que se refere aos aspectos culturais, aliados aos padrões e ao sentimento de pertença, é um importante ativo para esclarecer percepções na era da virtualização das relações sociais.

Com a concepção de grupos e seus coletivos pertencentes, naturalmente a Internet foi moldando sua forma de comunicação e alimentando seu próprio ecossistema. Parte disso, é responsabilidade das redes sociais que fomentam discussões e disseminam recursos cada vez mais robustos. Um dos conceitos frequentemente empregados é o ‘engajamento’, que representa a maneira como uma parcela ativa da população online se integra e interage com outros participantes. Nesse contexto, a troca de mensagens entre usuários evolui para uma troca de experiências entre eles. À medida que utilizam as ferramentas de comunicação cibernéticas, torna-se mais provável que se adequem aos padrões das redes.

Ao perceber essa interação entre usuários, não se pode dissociar a ideia de reivindicações oriundas da própria rede. De acordo com Moraes (2001), o ambiente interativo, cooperativo e descentralizado da Internet interpela um componente criativo quando se refere às lutas sociais. Nesse escopo, percebe-se a força do meio tecnológico como forma de representatividade do ser. O autor afirma que é preciso abrir possibilidades para que esse campo de discussão se amplifique e possa disseminar ideias de todas as partes. A busca, de fato, é a promoção e disseminação livre de ideias e seu intercâmbio no sentido de driblar monopólios e permitir forças contra-hegemônicas.

Com isso, compreende-se que, além de permitirem uma nova configuração de acesso a seus usuários, as redes tendem a democratizar, de certo modo, a informação. Por enquanto, vale-se da ideia de que o identificar e o estabelecer vínculos, é algo visto de modo positivo ao ter em vista que os internautas podem se

expressar ativamente, sem os impasses que um meio de comunicação tradicional oferece. Nesse panorama, Lévy (2000) leva a pensar, segundo denomina 'metáfora do impacto', que as tecnologias, de modo arbitrário, são produtos da sociedade e da cultura — deliberados previamente por seus coletivos.

Ao abordar a percepção do ser humano como sujeito fundamentado em suas crenças, juntamente com a sua predefinida singularidade e a profusão de seus grupos, é possível retomar Castells (2005). É crucial compreender como o sujeito social reage às mudanças ao longo dos tempos e movimentos sociais e como essas mudanças interferem em cada época. A dimensão histórica tem um papel relevante ao possibilitar a transformação do próprio ser humano, marcando uma nova compreensão da sociedade como um todo. Nesse contexto, a capacidade de certas tecnologias em serem alicerces de mudança, sob o ponto de vista de sua rápida penetração e usabilidade, evidenciam o poder e a força de um coletivo diante das transformações.

Em contraposição a Lévy (2000), Castells (2005) enfatiza que a tecnologia não determina a sociedade e que tampouco a sociedade dita o rumo da tecnologia. O autor esclarece que existem outros processos que influenciam a trajetória da transformação tecnológica, como a criatividade, por exemplo. Nesse contexto, o viés informacional segue novos caminhos, assim como a rede de conexões entre os sujeitos sociais. Dessa forma, a utilização das novas tecnologias da informação está integrando o mundo em redes globais, e a comunicação mediada por computadores está dando origem a uma onda de novas comunidades virtuais.

No sentido de aprofundar o conceito de sociedade em rede, um dos pontos sobre os quais o autor discorre é a tecnologia da informação. Castells (2005) inclui nessa perspectiva, dentre outros, conceitos como a microeletrônica e aspectos de conjuntos convergentes e mais tecnicistas, como *software* e *hardware*. Com esse escopo, o autor caracteriza a atual revolução tecnológica como centrada na aplicação e no processamento de dados e, não tão somente, nos conhecimentos adquiridos por seus sujeitos. Nesse sentido, gerando um ciclo de realimentação cumulativa de recursos e de inovação.

A sociedade em rede concebe novas funções sociais no mundo contemporâneo e abrange novos paradigmas com a tecnologia que abraçam a

conectividade digital e das plataformas da Internet. As redes sociais são apenas o ponto de inflexão para um emaranhado de óticas possíveis no que se refere às comunidades e suas contribuições e implicações no ciberespaço. Com isso, tem-se a informação como um produto de todos esses processos de evolução.

Um dos conceitos decorrentes dessas mediações entre tecnologia e informação em diferentes espaços é o da cibercultura. Em linhas gerais, a palavra pode ser interpretada como a cultura que envolve o espaço cibernético — e suas complexas conexões que se desenvolvem por meio da Internet. Ressalto, no entanto, que a definição desse termo vai muito além de uma breve conceituação. A cibercultura revela a experiência dos sujeitos imersos em diversos espaços em rede, especialmente o ciberespaço. Lévy (2000) enfatiza que o neologismo se refere a um conjunto em constante expansão de técnicas, práticas, atitudes e modos de comportamento. Esse contexto fortalece a analogia do sujeito como o arquiteto desse cenário de ação e transformação social diante do ambiente cibernético.

Como já foi mencionado, a cultura trata do homem em si e evidencia aspectos do contexto coletivo. De modo cíclico, ela altera as formas de percepção e cria mecanismos que vão se adaptando ao longo do tempo. Essa predisposição do ser humano em modificar sua forma de agir também se dá ao fato da construção de singularidade, associada ao reconhecimento de si. De igual modo, surge com a necessidade de pertencimento em alguma esfera e/ou núcleo social. Com essa premissa, na perspectiva de que a sociedade em rede permanece em constante movimento, a cibercultura incorpora a face interna de sua própria rede. Lévy (2000) denomina, de igual modo, ciberespaço como uma espécie de rede de interconexão mundial.

Nessa mesma direção, Lemos (2002) refere-se ao termo como um ambiente de certo modo interligado e simulado (realidade virtual), aproximando-se do pensamento de Baudrillard (1991) que reflete dois aspectos importantes: a dissimulação e a simulação. Enquanto a primeira diz respeito a um fingimento a respeito do que se tem, a segunda incide no simulacro do que não se tem. Por esse viés, a Internet pode ser considerada um próprio espaço de simulação, por meio da qual o que é falso e verdadeiro parte de uma realidade, por vezes, subjetiva. Desse

modo, cada sujeito formata seu ambiente e, a partir dele, faz inferências e suas imitações.

Essa mesma realidade do ciberespaço acaba por tornar simulacro à medida que não sabe mais distinguir os dois lados existentes, no caso, verdade e mentira. Baudrillard (1991) fornece bases para essa concepção, que parte de um mundo de representações, onde os elementos são, muitas vezes, inexistentes. Essa ambiência de simulação e simulacro é o que ampara a hiper-realidade, adotada assim pelo autor. Os sujeitos são cercados de elementos que conduzem a essa percepção em seu cotidiano. O ciberespaço é um ecossistema que congrega simulação, atuação e representação dos conectados.

É válido pontuar que tanto Lévy (2000) como Baudrillard (1991) provém de correntes epistemológicas diferentes. Enquanto o primeiro é entusiasta em relação às tecnologias digitais e seu viés social, o segundo tende a ser, de certo modo, mais pessimista, apontando para a substituição da realidade objetiva e consolidação da superficialidade. Isto posto, ambos os autores são contrabalanceados e parte de seus estudos — tanto de um quando de outro — são importantes vetores para a construção do *corpus* de análise deste trabalho. Nesse sentido, pensar em realidades paralelas, é pensar em diferentes óticas que cercam o mesmo tema.

A cibercultura, nesse ínterim, permeia todas as áreas da sociedade e transforma as formas de interação que se voltam ao ambiente online — da conexão propriamente dita. Sob esse olhar, o sujeito acoplado ao contexto digital configura novos padrões enquanto ‘ser viajante’ no ciberespaço e abre espaço para o conhecimento, de certo modo, sem barreiras impostas. Segundo Lemos (2002), realiza-se, assim, o grande sonho ‘enciclopédico’ de reunir e disponibilizar todo o conhecimento da humanidade em um único lugar. A Internet, nesse caso, atua como ferramenta primeira, oriunda da cibercultura.

A emergência da multiterritorialidade e seu aspecto virtual, portanto, interfere na vivência e concepção de novos ecossistemas. Em sentido global, atualizam-se os parâmetros sociais e incidem novas formas de interação do ser em essência — e em conexão. A partir da cultura em sua potência e multiplicidade virtualizada, o ciberespaço ganha novos caminhos e pontos de partida. As narrativas são infundáveis

e se adaptam a diferentes grupos em seu percurso de conexões. Com essa determinação, realidades distintas em rede se mesclam e sinalizam à sociedade o exercício de refletir sobre os rumos da tecnologia como um meio e, não, um fim.

3.3 CONEXÕES NAVEGANTES

No oceano de dados, propiciado pela sociedade da informação, o universo de conexões se intensifica e cria novas formas de percepção, recepção e interação. No sentido de melhor compreender a cultura digital, é necessário refletir sobre o que se entende por virtual. Afinal, o que significa virtual? Em tempos de redes flexíveis e de rápido fluxo de informação, pode-se ligeiramente dizer que o termo se adere propriamente à tela 'abstrata/não palpável', ou, de igual modo, que a palavra é própria da navegação pela Internet. O conceito, no entanto, ultrapassa essa simples adequação.

O sentido de virtual pode ser entendido de múltiplas formas. Lévy (2000) descreve virtual como toda entidade desterritorializada, capaz de gerar diversos tipos de manifestação, sem se prender a um lugar, tempo ou espaço particular. Nesse sentido, o virtual não se vincula somente ao cibernético, mas nos diferentes contextos de expressão humana. Em termos filosóficos, considera-se virtual como potência, atendo-se a visão de Guattari (1992), de cíclica reinvenção como potencial desterritorializado. Tecnicamente, trata-se de um espaço de simulação, que se atualiza em seu estado concreto. Nesse sentido, diferentes tipos de interatividade coordenam-se ao mesmo tempo.

A interatividade promove, em síntese, a participação dos agentes sociais em um ambiente de presença contínua. Com esse panorama, é possível depreender que a interatividade propicia um campo aberto a possibilidades em diferentes graus. O fluxo comunicacional transforma-se a partir de diferentes transversalizações e incide no contexto de produção — nos complexos acoplamentos entre emissores e receptores — de mensagens. A diferenciação entre esses sujeitos — emissores e receptores — da comunicação é cada vez menos nítida, devido à velocidade e à singularidade das interações. Nesse sentido, percebem-se transformações latentes no modo de orientação da comunicação e sua configuração no contexto social e,

propriamente, no ciberespaço contemporâneo. Nesse ponto, pode-se fazer uma aproximação com os mecanismos de realidade virtual aumentada, bem como as IAs generativas¹⁶.

Interessante refletir o virtual pela sintonia que há entre virtual e real. Nesse sentido, o termo virtual propriamente não se opõe ao que se entende por real, mas ao que se entende por atual. Isso ocorre pois, ambos (virtual e atual), encontram-se em estágios e momentos diferentes, já o atual implica em suas atualizações. Lévy (1996) declara que ambas são apenas modos diferentes de encarar a realidade. Um exemplo simplista é: se a produção da árvore está na essência do grão, então a virtualidade da árvore é bastante real (sem que seja ainda, atual).

Nesse caso, a atualização sugere “a solução de um problema, uma solução que não estava contida previamente no enunciado. A atualização é criação, [...] a partir de uma configuração dinâmica de forças e de finalidades” (Lévy, 1996, p. 16). O atual, portanto, se contrapõe ao virtual na medida em que ele responde a esse mesmo sentido de virtual. Nesse aspecto, pode-se estabelecer um paralelo com o conceito de cibercultura — e, mais propriamente, com o contexto informacional que circunda o ciberespaço.

Nesse entremeio de virtualidade e cibercultura, constrói-se a configuração do que se compreende por hipertexto¹⁷. Lévy (1996) leva a pensar que, a partir do suporte digital, não há um texto legível, mas uma série de códigos traduzidos pelo computador em sinais alfabéticos. Com isso, os dispositivos apresentam-se como uma janela, na qual o leitor enxerga algo em potencial. Moraes (2001) complementa que o hipertexto se condiciona como uma espécie de texto modular, não-sequencial, composto por fragmentos vinculados aos humanos. A falta de linearidade nesse percurso é o que permite intervenções e a construção de diferentes mundos.

¹⁶ Inteligência artificial capaz de produzir conteúdo em diferentes formatos, tais como texto e imagens, de forma instantânea. Um exemplo recente é o ChatGPT, que se utiliza de diferentes bancos de dados para responder a todo e qualquer questionamento.

¹⁷ De acordo com Lévy (1996, p. 40), hipertexto é “uma matriz de textos potenciais, sendo que alguns deles vão se realizar sob o efeito da interação com um usuário. [...] A maior parte dos programas são máquinas de exibir (realizar) mensagens (textos, imagens etc.) a partir de um dispositivo computacional que determina um universo de possíveis.”

Essa percepção demonstra que a capacidade de interpretação decorre da habilidade do ser humano, no sentido de fazer conexões e instaurar mecanismos próprios conforme lhe convém. Nesse aspecto, pode-se fazer uma aproximação com o princípio da pós-verdade, que embasa a compreensão nas crenças pessoais em detrimento dos fatos objetivos. Com isso, o hipertexto torna-se um imponente condutor mensageiro, já que necessita da humanização para que a máquina, de fato, realize seu trabalho. Em linhas gerais, trata-se de códigos em sistema que se rendem a uma expectativa subjetiva.

Nessa ampliação de canais e potencialização de conhecimentos armazenados em nuvens com vasta capacidade de memória digital, compreende-se que a mensagem integra um território (acontecimento), o qual é constituído por uma infinidade de possibilidades em articulação dinâmica e em constante expansão (Lévy, 1996). Dessa forma, tudo o que pertence à esfera do acontecimento está vinculado à dinâmica de atualização (territorialização) e virtualização (desterritorialização/desprendimento).

Lévy (1996) inscreve esse processo como um mapa (a mensagem) que faz parte do território (o acontecimento), sendo que o território é predominantemente formado por uma soma indefinida, uma articulação dinâmica e uma rede de mapas em expansão. Em outras palavras, tudo que se relaciona ao acontecimento envolve a dinâmica de atualização e de virtualização. Em tempos contemporâneos de emergência dos espaços virtuais, amplifica-se o termo como convergência. Jenkins (2009), quando explora o contexto de convergência das mídias e, propriamente, seu consumo, esclarece que essa nova cultura muda “[...] a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento” (Jenkins, 2009, p. 43).

Nessa ótica, os pressupostos de Lévy (2003) podem ser encarados como um pontapé para a transformação do que se compreende por ciberespaço — ambiente de inteligências distribuídas e compartilhadas. Vale-se retomar a definição que pode ser entendida como um ambiente de comunicação amplo, aberto e interconectado mundialmente por computadores e suas memórias (Lévy, 2000). De forma complementar, Lemos (2013) enxerga o conceito como um campo marcado pela

presença generalizada, pela temporalidade imediata e pela ausência de limitações espaciais físicas. Sob essa asserção, a onda da rede torna-se um legitimador da ação e consolida-se como uma espécie de ente que integra os agentes sociais em suas individualidades. De igual modo, com suas particularidades expostas, distribuem e enriquecem as competências de modo compartilhado.

Atendo-se a essa perspectiva multiterritorial do ambiente virtual e da aderência a grupos e suas tribos, à luz de Maffesoli (1998), emerge a compreensão do que é denominado como "bolha de filtros". O termo, cunhado por Pariser (2012), em parte, refere-se aos mecanismos de gigantes da tecnologia atuantes no ciberespaço, que empregam algoritmos para restringir cada vez mais as informações conforme as preferências dos usuários da Internet. Nesse sentido, forçosamente as tribos são atadas a seus interesses — sua mescla, com divergência de ideias e conceitos, parcialmente não é algo a ser considerado.

É notório, portanto, que é necessário desdobrar o conceito de virtualidade como espaço de tensionamento, poder, pertencimento e copresença mediada pelos atores inseridos em contexto tecnológico, para compreender os fenômenos contemporâneos. Se por um lado desterritorializa em sua complexidade holística e cíclica, por outro permite que a presença física seja adereço do que se entende por conexão em rede e de pluralidade de discursos — residem aqui novas discussões em ebulição para serem realizadas.

4 TRANSVERSALIZAÇÕES ECOSSISTÊMICAS: TURISMO E COMUNICAÇÃO

“É preciso ter o caos dentro de si para gerar uma estrela dançante.”

Friedrich Nietzsche

Ao abordar o Turismo e a Comunicação é necessário pensar em um acoplamento entre as duas áreas, que convergem entre si e permeiam um todo ecossistêmico complexo, tecendo uma trama de novos saberes. Pensar ecossistema, nesta pesquisa, portanto, é refletir em suas múltiplas combinações descentralizadas, de elementos bióticos e abióticos, de mecanismos e maquinismos abstratos, suas substâncias e energias, a partir dos estudos de Baptista (2021). Nessa ambiência, a coalização de ambos — Turismo e Comunicação — se constitui na confluência de entrelaçamentos e acionamentos harmônicos, buscando o equilíbrio entre diferentes sujeitos.

Ainda, em aspecto inicial, pode-se conceber a seguinte problematização: é possível existir Turismo sem Comunicação? França et al. (2021) afirmam que a comunicação turística se manifesta em diferentes momentos da experiência do viajante — antes, durante e após a viagem — e que a dependência do turismo em relação à mediação de informações é um indicativo claro de sua natureza comunicacional. Essa perspectiva é corroborada por Marujo (2008), que argumenta que o Turismo se comporta como um fenômeno comunicacional, onde a troca de informações é essencial para a promoção e a experiência do destino.

Além disso, as tecnologias de informação e comunicação (TICs) têm desempenhado um papel transformador na forma como o turismo é promovido e vivenciado. Os autores discutem como as TICs criam meios e formatos para comunicar o turismo, ampliando as possibilidades de interação entre turistas e destinos. Nesse sentido, a comunicação não se limita mais a um fluxo unidirecional; com o advento das redes sociais, os turistas agora atuam como emissores de conteúdo, influenciando as decisões de outros viajantes. Essa dinâmica bidirecional

permite uma maior personalização da experiência turística e uma construção coletiva da imagem dos destinos, evidenciando que o turismo não pode ser pensado sem considerar suas dimensões comunicacionais.

Nessa conjuntura, a transversalização de Turismo e Comunicação se dá, em dimensão holística, no entrecruzamento de diferentes dinâmicas — e é nessa perspectiva que o Turismo é encarado neste trabalho. Pode-se também pensar na condição de existência do Turismo, a partir da autopoiese de Maturana (1989) junto à visão de Guattari (1992), na qual a autoprodução faz e se refaz, assim como o Turismo que surge de processos de desterritorialização/reterritorialização — em movimento contínuo de reinvenção. Em sintonia, Baptista (2021) conduz a ideia de Turismo como trama, em produção de ecossistemas complexos subjetivos, que repensa o *modus operandi* de lugares e sujeitos. Nesse contexto, novos sentidos e acionamentos são configurados, de modo a tecer novos olhares para a Ciência, buscando respostas a novas demandas sociais no eixo Turismo e Comunicação.

Nesse sentido, o construto do termo — Turismo — passa por mutações em sua concepção e modo de se produzir no acoplamento junto à Comunicação e, por consequência, na interação social, em visão desterritorializada. Ao pensar no ciberespaço, é possível idealizar uma simulação de realidade potencializada. O seu *corpus* fornece bases para novas dinâmicas sociais de comunicação e interação frente à tecnologia. Nesse sentido, as redes sociais são exemplos de nós, entrelaçando Comunicação e Turismo no conceber viagem — em tempo e espaço desterritorializados. Com isso, vive-se à sombra de uma ágora grega reformulada e mediada pela copresença de seus participantes que ‘viajam’ em um novo espaço ecossistêmico.

Nesse contexto, é válido aproximar o Turismo do viés mecânico do capitalismo a partir da dicotomia ‘Turismo’ e ‘Viagem’. “O Turismo é um dos modos de consumo do espaço e do tempo, onde o turista participa de um universo pré-fabricado de espetáculos e atrações, reduzindo o encontro com a alteridade a uma série de experiências banais e controladas” (Augé, 1998, p. 102). Por essa lógica, a concepção do Turismo é vista como uma prática que transforma o encontro com o outro em algo padronização e limitado. Ainda segundo o autor, os limites se voltam ao consumo, tipificado pela indústria cultural. Pode-se pensar, portanto, em um viés de Turismo que

abarca o aspecto superficial e predefinido, aproximando a noção de virtualidade e seu aspecto relacional nas redes sociais.

Por outro lado, “a viagem supõe um distanciamento do mundo familiar e o mergulho em uma experiência que pode transformar o sujeito, na medida em que exige dele uma abertura ao outro e ao desconhecido (Augé, 1998, p. 87). É, em certa medida, ligada à exploração pessoal, pela qual o ‘viajante’ busca entender a si mesmo por meio das diferentes experiências genuínas e de encontro ao outro — ao contrário do conceito do Turismo, que é, segundo o autor, mais uma experiência de reprodução do que de descoberta. Nessa concepção, a ‘Viagem’ perpassa um viés exploratório e, de certo modo, desconhecido. Essa aproximação exemplifica as novas estruturas econômicas e de experiência providas da Internet e da própria Comunicação como mediadora de todas as relações.

Nessa conjuntura e pontes estabelecidas com o conceito de Turismo e Viagem, pode-se pensar em outras transversalizações inseridas na dinâmica entre Turismo e Comunicação. Desde a noção aproximada da Comunicação como vetor do que é ‘simulação ou ‘verdade’ na Internet, transitando pela inscrição de realidades paralelas, ou, até mesmo, o eixo do que é, de fato, público ou privado. O ecossistema, como proposto aqui, ajuda a compreender também o percurso histórico como agenciador de mudanças no conceber a trama reflexiva e acionamento de afeto e amorosidade (Baptista, 2018). Por este viés, é notório repensar diferentes camadas que refletem uma visão ampliada da esfera social e seus atravessamentos em diferentes estágios e épocas.

Esses tensionamentos recorrentes, mais bem desdobrados ao longo deste capítulo, são observados desde os estudos de Habermas (2013) na reflexão sobre a esfera pública, de modo ampliado, e sua incidência na sociedade capitalista. Ao passo que, historicamente, na organização social do século XVIII, os elos e vínculos sociais eram restritos, com pouco contato social. Esse contexto leva a pensar em um ecossistema que se restringia em seus grupos. Ironicamente, esses núcleos levam ao tensionamento da falta de interação, ou seja, a falta de exposição, do ‘tornar público’ aos demais sujeitos fora o círculo familiar. Por outro lado, na contemporaneidade, o cenário atualizou-se para um novo paradigma: o ecossistema de redes sociais, potencializado pelas suas virtualizações, é público ou privado?

Para tentar avançar na reflexão, parece importante retomar o conceito de ecossistema, como pressuposto na concepção de Turismo e Comunicação e tecer aproximações a partir de sua gênese. Etimologicamente, o termo provém do grego que faz a junção de *oikos*, que significa casa, e sistema, sendo uma espécie de “sistema de casa”¹⁸. Nessa perspectiva, a definição de ecossistema, até metaforicamente, leva a pensar no senso de comunidade e no seu todo complexo que, apesar do aparente caos, funciona como uma orquestra em plena sinergia. Cada elemento integrante está naturalmente e espontaneamente apto a exercer a função que lhe é inerente de modo pleno e harmônico.

Sob esta égide, ecossistema além de poder ser entendido como comunidade essencial, para compreender o senso de produção de vida em conjunto e pertencimento, remete a um processo de transformação constante e mudança do coletivo que constitui esse ecossistema. Ele se constitui como uma trama de elementos que convergem e se organizam em torno de si, produzindo-se continuamente em acoplamento com o nicho ecológico. A isso Humberto Maturana chamou de autopoiese. Na deriva histórica dos seres vivos, os ecossistemas foram se constituindo em transformações naturais geradas por mutações onto e filogenéticas (Maturana, 1989). Nesse sentido, perpassa por um emaranhado de destinos que conduzem a novos desdobramentos. Um prelúdio já enunciado por Baptista (2018; 2020), que propõe a visão desterritorializada complexa e caosmótica. Uma espécie de engendramento de relações subjetivas, complexas e desterritorializantes que agenciam conexões e inscrevem significados de produção e consumo em ampla escala.

Essa trama de centros e arredores ocorre a partir das múltiplas expressões e territorialidades em perspectiva transdisciplinar. Por esse viés, a Internet canaliza a interface maquínica, totalmente sistemática, intercambiável, de relações. Nesse sentido, a Comunicação torna-se meio de transmissão que possibilita o entrecruzamento de discursos em rede potencializada em sua virtualidade. A habilidade natural de falar, pensar e produzir conhecimento se traduz em um ecossistema diverso acoplado a diferentes visões que enriquecem o todo. Com isso,

¹⁸ Em estudos, principalmente na área da Biologia, tem-se ecossistema como “um conjunto formado pelas comunidades biológicas em constante interação com os fatores bióticos (seres vivos) e abióticos (água, solo, vento, chuva etc.) do meio” (Barsano; Barbosa; Viana, 2017, p. 12).

a subjetividade abre espaço para um campo fértil de novas significações em diferentes contextos da cena social.

A transversalização ecossistêmica Comunicação e Turismo remete-nos à compreensão de que se tratam de universos multiterritoriais, constituídos também pelo trançado das novas tecnologias. Essa visão se amplifica ao passo que, conforme Massey (2015), há uma dinâmica do espaço que é moldada pelas relações sociais, compreendendo que as relações sociais são cada vez mais marcadas também pela dimensão tecnológica. Essa trama complexa ecossistêmica, como se refere Baptista (2018), não é estática, mas adentra um campo intensificado de multiterritórios — acessado em um mesmo lugar, em diferentes e múltiplos territórios simultaneamente. Trata-se de perspectivas que se entrecruzam e atrelam novas cadeias de significação inerentes ao senso de comunidade. A virtualidade, portanto, é agenciada pelo tensionamento entre diversos atores e suas interconexões potentes, em uma lógica de trama-rede, de engendramento de múltiplos agenciamentos, conectores e atratores, em ação e tensão constante.

Nesse paralelo entre território e espaço social, faz-se necessário um esforço reflexivo, para compreender o acoplamento entre caos e complexidade como linhas transversais e inerentes ao Turismo e Comunicação. O caos não como desarmonia nem desordem, mas como parte de um todo ecossistêmico que se autorregula. Essa discussão, tão presente nos estudos e encontros Amorcomtur!, remete a caminhos que fazem interface às ideias de Maturana (1989) e Guattari (1992), este último utilizando o termo caosmose, como uma espécie de reconciliação entre ambos os termos — caos e complexidade. Nesse sentido, caosmose é concebido pela junção de caos, osmose e cosmo (universo) — espectros de dimensões intercambiáveis, complexas e de produção múltipla na trama complexa.

Na mesma direção, pode-se dizer que a emergência do turismo vinculado à comunicação em seu caminho de teceres, perpassa por um conjunto de comunidades inseridas em diferentes contextos, porém conectadas em um todo transversal: conexão atualizada pelos espaços virtuais. No desabrochar de novos ideais, Baptista (2023) faz a proposição de um “Mundo N’Ovo”, na qual defende a referência de um novo nascer — um mundo em construção, do qual todos precisam “ajudar a nascer”. A ideia se atém à concepção de uma nova Ciência no mundo contemporâneo, mas é

passível de ser incorporada como orientação de *modus operandi* ecossistêmico em termos ecosófico¹⁹ e sustentáveis. Nesse sentido, pensar Turismo é, de fato, refletir sobre comunicação e seu emaranhado complexo, também de tramas tecnológicas, na constituição do que Baptista (2018) denomina como ecossistemas turístico-comunicacionais-subjetivos.

4.1 DESLOCAMENTO COMO DESTINO

O ato de comunicar é, de certo modo, um movimento de emissão e interlocução entre sujeitos. Baptista (2015) propõe essa percepção a partir de seu entendimento, no sentido de que o processo de comunicação implica a organização de algo de si e a disposição de entrega para o Outro, em movimentos que devem ser amorosos, derivando processos geradores de resultados de interação plena entre todos os agentes. Esse intercâmbio do eu para o outro incide numa interdependência que se desloca e depende de processos de subjetivação interpelados por encontros complexos, sendo às vezes, de certo modo, caóticos. Essa noção se intensifica nos processos de comunicação atuais, pelos quais o deslocamento ocorre em novos cenários de digitalização cada vez mais fluidos, bem como fluxos comunicacionais que se sobrepõe de forma massiva e intercalada.

Na tentativa de compreender esses fenômenos, é preciso aprofundar a proposição inicial deste capítulo, do que se compreende por esfera pública e os núcleos de informação público e privadas, como construto para todas essas modificações sociais. Habermas (2013) introduz o termo ancorado no contexto estrutural do Estado e da sociedade burguesa, destacando as tensões e relações de poder que surgiram a partir do século XVIII. À época, o público consistia principalmente no poder do Estado. Por outro lado, a esfera considerada privada estava localizada no domínio íntimo do ambiente familiar. Nesse contexto, observa-se uma mudança estrutural importante no que se refere aos fluxos de ecossistemas vigentes a cada época. Se desde a concepção de esfera pública habermasiana há

¹⁹ Baptista (2023) trabalha com a ideia de ecosofia a partir de pressupostos epistemológicos de autores como Guattari (2001), Maturana e Varela (1997) e Capra (1991), definindo a concepção do termo baseado em sua trama ecossistêmica, complexa, caosmótica e holística pautada pela Ecologia Profunda.

uma tensão entre ambas as esferas, nos tempos da era digital, essa percepção se torna ainda mais notória.

Wolton (2004), assim como Arendt (2003) esclarecem que a esfera denominada pública se refere a um espaço simbólico, no qual os discursos dos mais diversos agentes, em sua maioria contraditórios — políticos, sociais, religiosos, culturais e intelectuais — que compõem uma sociedade se opõem e se respondem. Nesse contexto, a esfera pública representa um ambiente intercambiável propício para ampliação de discursos e aproximação entre os sujeitos sociais. É percebido, portanto, que o campo social não se destaca apenas pela dinâmica de ideias, mas também pela autorreflexão e pela reivindicação de fundamentos racionais.

Carvalho et al. (2015) destacam que a esfera pública é arena que conduz a elos de representação e figuração, pelos quais é possível conceber novas personalidades, simulações e pressupostos a partir de imagens simbólicas. Nesse contexto, moldam-se novos padrões representativos imaginários. Afinal, mostram-se realidades paralelas, ou seja, o que se quer mostrar — não, necessariamente, “a verdade”. Evidenciam-se, portanto, os filtros sociais que se atualizam em filtros das redes, mascarando a realidade dentro de ecossistemas. Nesse ponto, há uma atualização dicotômica desterritorializante no que se entende por esfera pública e esfera privada para o que é público e o que é privado.

Os perfis em rede social, por exemplo, possuem uma natureza privada e individual, mas, à medida que o deslocamento é acessível para interação com outros membros, transforma-se em algo público e compartilhado por todos. Dessa forma, a publicização e visibilidade daquilo que inicialmente seria considerado privado tornam-se notáveis. Esse cenário destaca as maneiras como as redes sociais podem funcionar como um dispositivo ambivalente. Por um lado, promovem a interconexão, a aproximação e a publicização das vidas individuais; por outro lado, delimitam o espaço para a esfera privada, à medida que o algoritmo e as lógicas subjacentes à engrenagem maquínica agenciam o modo como a interação e o compartilhamento de informações ocorrem no ciberespaço.

Segundo Wolton (2004) ao passo que o público busca a legitimação, em aspecto democrático, o privado torna-se um espaço de reclusão voluntária. A

participação na vida pública que era ocupada pela presencialidade, na contemporaneidade é reduzida a uma mera formalidade (Sennett, 2014). A concepção de “estar presente” acaba por fazer parte da sociedade como uma espécie de imaginário esquecido. Afinal, o ecossistema não é formado necessariamente pela coletividade física, mas pela potência de sua virtualidade em rede. Assume-se assim, novos caminhos, incidindo até na espetacularização (Debord, 1997). Como resultado, a midiatização assume um papel central, pressionando os agentes sociais a equilibrarem uma vida privada com uma participação ativa no ecossistema midiatizado digital.

Thompson (2014) esclarece a alternância da dinâmica social com a introdução dos meios de comunicação. Nesse sentido, a forma como os agentes sociais interagem sofre um grande hiato. A copresença, em síntese, é concebida a partir da comunicação e seus meios. Segundo o autor, um evento era tido como público quando havia a presença física de seus pares. No entanto, esse tipo de interação face a face foi deixado de lado à medida que o advento midiático começou a delinear novos contextos rumo à digitalização de processos. No cenário de notável expansão do ciberespaço, os padrões que medem a temperatura da esfera social vão sendo constantemente atualizados.

Nessa conjuntura, percebe-se uma sinalização de que as pessoas gradualmente abandonam a participação física em favor da interação social influenciada pelas nuances do cenário midiático. Sob essa ótica, a contemporaneidade amplifica essa tendência com a interação facilitada pelo ciberespaço — um ambiente em que a comunicação entre os sujeitos acontece em rede (de tela para tela). Nesse contexto, esbarra-se em uma nova fronteira: entre o que é público e o que se determina como privado. Eis a célebre problemática das esferas de visibilidade pública mediática.

Dessa forma, observa-se o capitalismo atuando como legitimador de ações e promotor de transformações nas sociedades que emergem durante seu processo de industrialização. Essa percepção não se limita apenas aos avanços tecnológicos, mas abrange também a consciência dos agentes sociais, no sentido de transcenderem um espaço de interações restritas, movendo-se de um ambiente recluso para outro mais aberto, disponível e plural para discussões. Nesse contexto, a esfera pública está

passando por uma fase de transformação. Ao se entrelaçar com a evolução da sociedade da informação e as constantes mudanças tecnológicas, ela assume novas configurações sociais: da esfera do mundo da vida para o ciberespaço. Em suma, temos aqui o ecossistema planetário em sua plena fase de transmutação. Alteram-se modos de comunicar e de viajar, o que fez do acoplamento Turismo e Comunicação, um universo de potencialidades reflexivas, para os processos de virtualização, em que se desenvolvem processos de desterritorialização desejante.

4.2 ECOSSISTEMA EM COALIZÃO

A partir do alinhamento com a mutação da Ciência e, mais propriamente, dos pressupostos da Ciência contemporânea em mutação, os processos comunicacionais e turísticos em ecossistema também passam a ser entendidos como em constante movimento, o que demanda novas reflexões e significações. Em visão holística, as transversalizações decorrentes do eixo Turismo e Comunicação se desdobram como construto que gera diversos acionamentos. Nessa composição, o afeto, a amorosidade e a autopoiese, a partir de Baptista (2018), são importantes sinalizadores para uma proposição amplificada de olhares e aberta ao conjunto de entrelaçamentos ecossistêmicos. Essa visão de trama e saberes atualiza as percepções da experiência multiterritorial vinculada aos novos espaços virtuais e ao agenciamento da viagem virtual.

As desterritorializações desejantes, propostas por Baptista (2015), como traço inerente ao Turismo estão alinhadas com a dimensão complexa em que a trama de saberes conduz à reflexão de novas formas de compreensão do mundo contemporâneo. Esse viés se equaliza na concepção virtualizada a partir de processos cadenciados em rede, esclarecidos por Castells (2005). Nesse sentido, sujeito e sociedade percebem-se em movimento de contínua coalizão, acoplados a ecossistemas geradores de vida e em constante transformação. Ambos — sujeito e sociedade — ciclicamente atuam na construção de narrativas a partir de suas desterritorializações.

Apesar do movimento social de interação e construção de novos saberes ecossistêmicos, é preciso pensar no movimento contrário que também incide no

ciberespaço. Na vida social dos sujeitos, as relações e interações entre as pessoas começam a mostrar sinais de estremecimento. Sennett (2014) introduz o conceito de declínio do homem público. O autor alerta para uma certa bipolaridade e resfriamento nas relações na esfera dos sujeitos. Nesse contexto, enquadra-se o capitalismo como um dos elementos que contribuem para que as conclusões sobre a vida contemporânea se configurem da maneira atual. À medida que é preciso se ajustar ao sistema, inevitavelmente acaba por se tornar prisioneiro dele. Essa dinâmica promove uma mudança abrupta, incluindo a esfera tecnológica.

Baudrillard (1991) aborda essas questões como a simulação de uma realidade: simulacros que buscam explorar a relação dos sujeitos com o ambiente em que vivem. É relevante considerar a virtualização de Lévy (1996), como um aspecto crucial nessa construção. O sujeito assume uma posição potente, atualizando seus parâmetros e vislumbrando novas configurações da sociedade. Esta, por sua vez, volta-se para seus próprios anseios, descentralizada e, de certo modo, irracional. É possível visualizar a mudança na dinâmica social, com a presença coletiva física sendo sobrepujada pela telepresença. Esse declínio é impulsionado por um meio amplamente conhecido: a rede de conexões chamada Internet.

Os meios tecnológicos atuam como ponto de inflexão na dinâmica social contemporânea. As formas de operação da sociedade assumem novas configurações, afastando o sujeito de uma unificação da sociedade. Jameson (1995) destaca que a tecnologia na sociedade contemporânea é, de certo modo, hipnótica e fascinante não apenas por si mesma, mas porque oferece uma maneira de representar o entendimento como uma rede de poder e controle complexa ainda mais difícil de ser compreendida pela mente e imaginação humanas.

Desses ambientes de convívio, emerge uma transformação e atualização para espaços de influência. Na contemporaneidade, o poder é percebido como uma forma de autoafirmação nas redes sociais: plataformas midiáticas proporcionam voz àqueles que não a possuem. As redes sociais solidificam essa autoafirmação à medida que os atores sociais interagem entre si, proporcionando espaços para discussões, críticas, e a disseminação instantânea de conteúdo, acessível a qualquer sujeito disposto a participar desse processo. Os espaços sociais localizados na Internet, nessa concepção, fomentam redes de relacionamento entre coletivos. Com isso, a

desterritorialização no ciberespaço permite que o 'viajante' seja capturado pela facilidade de discurso e pelo poder simulado da interação.

Com as devidas proporções, nota-se uma distribuição gradual do poder na Internet, assemelhando-se a uma forma de capitalismo fragmentado que se desenrola na rede. Com o aumento da instabilidade pós-moderna para a contemporaneidade, ocorrem mudanças na tensão das relações, nas negociações, no medo, nos vínculos temporais e na condição do sujeito. O ciberespaço emerge, portanto, como um domínio sombrio que se converte em dissimulação, conforme apontado por Keyes (2018), incorporando veladas inverdades românticas.

Bobbio (1997) destaca que o poder, em sua essência, é uma relação entre os sujeitos sociais. À medida que as habilidades individuais se conectam aos aparatos midiáticos, surgem indícios de uma possível Revolução Industrial altamente tecnológica. Seguindo a perspectiva de Schwab (2016), a visão de Lévy sugere uma subestimação da capacidade humana. Essa ideia fundamenta-se na proposição de que a ausência de poder transformaria o ciberespaço em um ambiente desordenado e descoordenado. Nessa abordagem, o poder, em seu sentido amplo, possui autonomia para estabelecer diretrizes. Em outras palavras, os sujeitos, enquanto agentes autônomos, têm a tendência de fortalecer suas habilidades com maior vigor, e não o contrário.

Nesse sentido, cerca-se o capitalismo como um dos fatores para que tais conclusões da vida contemporânea sejam da forma que estão estabelecidas. Ao passo que o sujeito precisa adequar-se ao sistema, por certo torna-se refém dele. Nesse sentido, pode-se elencar uma abrupta mudança, que inclui a esfera tecnológica. O rastro do pós-moderno para o contemporâneo desenvolve uma ruptura, de modo que os sujeitos estão cada vez mais presentes na cena de representação. Baudrillard (1991) responde a esses questionamentos como a simulação de uma realidade: simulacros que tendem a discutir a relação para com o ambiente que vivem.

Com essas premissas, Lévy (2003) leva a pensar que os coletivos humanos são subordinados, de certo modo, às formas de trabalho estabelecidas a partir do século XIX. Nesse sentido, remete-se ao molar (maciço, massivo), que pode transformar-se ao molecular (ultrarrápido, preciso) a partir do conceito de ciberespaço.

“A abertura do ciberespaço permite conceber formas de organização econômica e social centradas na inteligência coletiva e na valorização do humano em sua variedade [...]” (Lévy, 2003, p. 54). O autor critica o mau uso do sistema de modo que os sujeitos devem ser valorizados em suas competências e particularidades.

O ciberespaço se posiciona como atrativo cultural, na medida em que é um ambiente que visa competências, abarca individualidades e que é desterritorializado. Nessa altura, a forma de recepção de obras — sob quaisquer níveis — sofre mudanças a partir da virtualização. Lévy (2003, p. 107) esclarece que “o ambiente tecnocultural emergente suscita o desenvolvimento de novas espécies de arte, ignorando a separação entre emissão e recepção, composição e interpretação”. Com isso, a arte tende a tornar-se mais aberta, disponível a todos e, desse modo, pode permitir que os agentes sociais utilizem suas inteligências e riquezas de modo a explorá-las amplamente.

4.3 TECENDO A COMPLEXIDADE TRAMA-TEIA

A partir dos processos contemporâneos no ciberespaço, pode-se estabelecer uma cadeia de relações em forma de trama-teia. O conceito é tratado por Baptista (2000; 2017; 2020) nos processos de escrita que se estabelecem em inscrições de si próprio. Esse modo de construção da Ciência, por meio de tramas e enredamentos ecossistêmicos é coerente com a trama de caminhos da estratégia proposta pela autora — a Cartografia dos Saberes — como fluxos, materialidades e caos que tensionam e se dissipam. Nesse sentido, a Ciência conduz a construções cada vez mais voltadas ao todo e a resolução de questionamentos sociais pertinentes. Pontua-se que, com a digitalização dos processos e demandas sociais, atualiza-se a necessidade de compreender os fenômenos emergentes e em constata mutação, assim como a própria Ciência.

Nesse sentido, os ecossistemas-turístico-comunicacionais também são entendidos como trama-teia, que interliga seus caminhos como um todo que se entrelaça em nós. Os pontos de confluência dessa trama contribuem na potencialização dos saberes e nas mudanças observadas ao longo do processo. Em consonância com esse cenário, ao pensar na complexidade da trama-teia da Ciência

e dos processos tecnológicos em construção, pode-se fazer uma aproximação com os construtos de informação contemporânea. As chamadas *fake news* já são parte inerente do processo de construção e do tecer informacional no ciberespaço ao trazer à tona a verdade como prática ilusória e a mentira como afirmação irremediável.

Sob essa percepção, os ecossistemas subjetivos delineiam um novo panorama de complexidade em seus agenciamentos. Atualizam-se as ferramentas e a formatação para além do que é público e privado e surge outra problematização na trama-teia complexa da Internet: o que é verdade ou mentira em tempos de multiplicidade de narrativas? Ao passo que os avanços tecnológicos e os meios de interação são refinados, novos e desconhecidos caminhos se desdobram.

Nesse contexto, a fronteira delicada entre verdade e mentira é vigorosamente atualizada. À medida que a sociedade redobra seus esforços na criação e aprimoramento de novas tecnologias que facilitam a conexão entre diferentes atores, surge um fator-chave: a dissimulação. Nietzsche (2017) argumenta que essa é uma forma pela qual o sujeito busca se preservar, especialmente aqueles que se veem como elo mais frágil. Em tempos de rede, essa perspectiva foi transferida para o ambiente virtual - mudou de plataforma, mas mantém-se nos padrões. Nesse panorama de múltiplos vieses, vale lembrar, não se anulam as realidades — sejam elas fato ou ficção e/ou verdade ou mentira — mas formam espaços imersivos de força, de consumo e produção, assim como a vida cotidiana.

Por outro lado, é possível considerar todas essas transversalizações apresentadas, como vértices ecossistêmicos entre Turismo e Comunicação. Em linhas gerais, construtos diversos que desencadeiam agenciamentos a partir da ideia de grupos articulados, verdadeiras tribos à luz de Maffesoli (1998). Esses processos contribuem para a multiplicidade de narrativas que potencializam o acoplamento das redes sociais como vetores de tensionamentos — público *versus* privado, verdade *versus* mentira, informação *versus* desinformação. Essas tecituras podem ser ambientadas em aproximações da estrutura de trama-teia, a partir de Baptista (2000; 2017; 2020), em sua complexidade em constante mutação.

5 EXPERIÊNCIAS MULTITERRITORIAIS NO CIBERESPAÇO

*“Computadores são inúteis.
Eles só podem dar respostas.”*

Pablo Picasso

A partir das inferências e discussões teóricas dos capítulos anteriores, neste percurso em diante irei debruçar-me na construção cartográfica e no *corpus* da pesquisa para posterior análise multiterritorial. Nesse sentido, em termos de organização e disposição dos elementos, é necessário estabelecer algumas diretrizes como protocolo para melhor sistematizar a pesquisa para encontrar caminhos. A ideia primária é navegar pela Internet, a partir do mecanismo de pesquisa Google e pela rede social Instagram, de modo a colher as primeiras impressões de multiterritório. Assim, poderemos observar a materialidade da pesquisa, de modo a angariar subsídios para a construção de análise.

Com as primeiras pistas e caminhos estabelecidos, foi possível dar enfoque prioritário ao Instagram, como plataforma ambiente para esta investigação. Ao coletar algumas impressões e recortes iniciais, por meio de balizadores predefinidos, foi possível desdobrar uma fundamentação primária para o sustento de análise. Para tanto, dois ecossistemas-turísticos foram definidos para a composição da pesquisa. Nesse sentido, estiveram em foco, em busca de sinalizadores, dois perfis oficiais de turismo das cidades de Bento Gonçalves/RS e Nova Petrópolis/RS, ambas localizadas na Serra Gaúcha — e desdobrados no capítulo 6. Neste momento, o capítulo 5 irá abarcar os primeiros ‘achados’, de modo a criar um roteiro investigativo, uma Matriz Rizomática, para posterior desdobramento.

A partir da formação desse tecido, será possível desdobrar a busca e acionar autores e suas teorias para ponderar articulações reflexivas no capítulo posterior. Nessa perspectiva, a proposta é traçar um diagnóstico do que é apresentado como experiência multiterritorial na cena contemporânea e avaliar as narrativas — sua apresentação, concepção e construção. Isso permitirá ampliar a discussão e promover

possíveis tensionamentos e aproximações para a análise multiterritorial como um todo.

5.1 GOOGLE TRENDS E SUAS APROXIMAÇÕES

Para esta ‘viagem em território’ que incide sobre a tramas de interfaces no ciberespaço, utilizei, como inspiração, a construção de Picinini (2022), que elenca alguns procedimentos para a proposição de busca no ambiente virtual. De modo processual, estabeleci as seguintes normas: a **primeira etapa ocorre por meio do Google Trends**, que possibilita o agrupamento de tendências de pesquisa ao longo do tempo, por palavras-chave, e permite fazer comparação dos termos inseridos. Nessa direção, prossegue-se com a **escolha das palavras-chave**, que foram elencadas na seguinte ordem: **viagem; turismo; turismo virtual**. Vale lembrar que os termos ‘turismo’ e ‘turismo virtual’ foram diferenciados na escolha das *tags* para entender as distintas experiências e interações que cada um oferece, além de permitir uma análise mais precisa do comportamento dos usuários nas redes sociais e no ciberespaço em geral. A partir disso, outros critérios foram estabelecidos na ferramenta, conforme o Quadro 5:

Quadro 5 — Parâmetros do Google Trends

Foco de abrangência	Brasil
Intervalo de pesquisa	Últimos 12 meses
Período geral	19/11/2022 a 19/11/2023
Categorização	Todas as categorias (sem predefinição)
Formato de pesquisa	Pesquisa na web (sem predefinição)

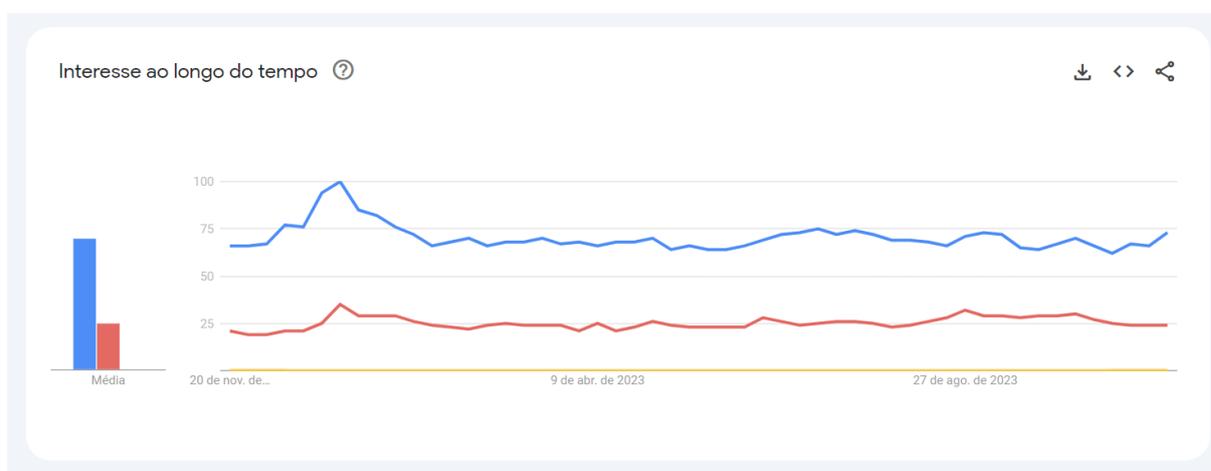
Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

O recorte para o foco de abrangência foi o Brasil, traçando, como intervalo de pesquisa o período retroativo referente aos últimos 12 meses, a partir da data de busca (19/11/2023). Já a categorização, que é uma das predefinições do Google

Trends e sugere fazer subdivisões para filtrar a pesquisa, foi deixada no modo livre, sem predefinição, aberta a todas as possibilidades de busca a partir do termo inserido. De igual modo, o formato de pesquisa estabelecido foi o **modo padrão, que é o agrupamento web** — há outras possibilidades, como pesquisa por imagens, YouTube, dentre outros. Com essa construção, podemos obter uma direção de protocolo de pesquisa.

Com os parâmetros delineados, podemos observar os resultados na Figura 1, em que verificamos o interesse ao longo do tempo²⁰, segundo as predefinições elencadas anteriormente. De cor azul, observa-se a frequência de busca pela palavra-chave “viagem”; em laranja pode ser visualizada a palavra “turismo”; e, por último, em amarelo, o termo “turismo virtual”.

Figura 1 — Interesse ao longo do tempo



Fonte: Extraído do Google *Trends* (2023).

Na média geral, é notória a popularidade do termo viagem, obtendo uma frequência de 72, comparado a busca por turismo (26) e turismo virtual (0). Nesse sentido, podemos obter um termômetro de nossa investigação no que se refere à busca do termo na Internet. Uma aproximação possível é a de que o termo viagem esteja intrinsecamente indexado a inúmeros sites de compra e venda de pacotes e de

²⁰ O interesse ao longo do tempo se refere aos números que representam o interesse de pesquisa relativo ao ponto mais alto no gráfico de uma determinada região em um dado período. Um valor de 100 representa o pico de popularidade de um termo. Um valor de 50 significa que o termo teve metade da popularidade. Uma pontuação de 0 significa que não havia dados suficientes sobre o termo.

passagens aéreas. Nesse sentido, desdobram-se também os anúncios online, que contribuem para essa primeira impressão de cliques e, conseqüentemente, de maior aderência nessa taxa.

A **segunda etapa do processo é o recorte por pesquisa no buscador Google**. Como a primeira análise preliminar, foram utilizadas novamente as palavras-chave: viagem; turismo; turismo virtual. Os primeiros 5 resultados de cada termo foram considerados para essa triagem, incluindo anúncios que inundam as páginas e podem estabelecer um indicador do que está sendo mais pesquisado. A intenção é fazer um mapeamento inicial pela navegação do ciberespaço e ter a percepção navegante do que podemos encontrar.

Quadro 6 — Busca por ‘Viagem’

Palavra-chave	Viagem				
Ordem	Site	Chamada	Link	Conteúdo	Anúncio
1	Activity	Passagens Baratas - Voos de Ida e Volta	https://decolr-blackfriday.com/	Comercialização de passagens aéreas e pacotes de viagens	X
2	ViajaNet	Pacotes de Viagens O melhor preço no Viajanet	https://www.viajanet.com.br/	Comercialização de passagens aéreas e pacotes de viagens	X
3	CVC	As melhores promoções de passagens, pacotes, hotéis e tudo...	https://www.cvc.com.br/	Comercialização de passagens aéreas e pacotes de viagens	-
4	Decolar	Pacotes de Viagens Promoção 6x sem Juros HOJE	https://www.decolar.com/pacotes/	Comercialização de passagens aéreas e pacotes de viagens	-
5	123milhas	Pacotes de viagem	https://123milhas.com/pacotes-de-viagem/	Comercialização de passagens aéreas e pacotes de viagens	-

Fonte: Organizado pelo autor a partir do Google (2023).

Quadro 7 — Busca por ‘Turismo’

Palavra-chave	Turismo				
Ordem	Site	Chamada	Link	Conteúdo	Anúncio
1	Wikipédia	Turismo – Wikipédia, a enciclopédia livre	https://pt.wikipedia.org/wiki/Turismo	Definição do termo e sua evolução histórica	-
2	Ministério do Turismo	Página Inicial — Ministério do Turismo	https://www.gov.br/turismo/pt-br	Informações gerais e serviços federais referentes a atuação do ministério sobre o tema	-
3	Mundo Educação	Turismo: o que é, tipos, importância, no Brasil	https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/turismo.htm	Conceituação do termo	-
4	CVC	As melhores promoções de passagens, pacotes, hotéis e tudo...	https://www.cvc.com.br/	Comercialização de passagens aéreas e pacotes de viagens	-
5	Terra	Turismo: Dicas de viagem no Brasil e no mundo	https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/turismo/	Matérias agrupadas de tendência e comportamento sobre turismo	-

Fonte: Organizado pelo autor a partir do Google (2023).

Quadro 8 — Busca por ‘Turismo virtual’

Palavra-chave	Turismo virtual				
Ordem	Site	Chamada	Link	Conteúdo	Anúncio
1	Turismo Virtual no Brasil	Turismo Virtual no Brasil Home	https://turismovirtualnobrasil.com.br/	Compra de pacotes de viagens virtuais, por videoconferência	-
2	Sebrae	Turismo virtual pode alavancar suas vendas!	https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/turismo-virtual-pode-alavancar-suas-vendas,799cf883f14a6810VgnVCM1000001b00320aRCRD	Artigo sobre como o turismo virtual pode ser uma alternativa para novas experiências	-
3	Dimensão da Natureza	Turismo Virtual: 7 Destinos Do Mundo Em Casa	https://www.dimensaodanatureza.com/single-post/turismo-virtual-7-destinos-do-mundo-em-casa	Dicas para viagens sem sair de casa	-

4	Época Negócios	Conheça o site que permite fazer 'turismo virtual' em mais de...	https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2020/09/conheca-o-site-que-permite-fazer-turismo-virtual-em-mais-de-60-paises.html	Matéria especial sobre dicas de atrações e roteiros virtuais	-
5	Tourmorrow	Turismo virtual e a atuação do guia de turismo na pandemia	https://tourmorrow.com.br/blog/f/turismo-virtual-e-a-atua%C3%A7%C3%A3o-do-guia-de-turismo-na-pandemia	Publicação em blog sobre a atuação do guia de turismo na pandemia	-

Fonte: Organizado pelo autor a partir do Google (2023).

A partir dos Quadros 6, 7 e 8, e o cruzamento das palavras-chave, é possível, em um panorama geral, inferir e agrupar as seguintes informações:

Quadro 9 — Cruzamento de informações

Categoria	Total de aparição	Conteúdo
Anúncio	6	Compra de pacotes de viagens
Notícia	4	Artigo sobre como o turismo virtual pode ser uma alternativa para novas experiências
Apelo histórico	4	História do turismo, conceitos e prática e dados de fontes oficiais
Serviço	1	Experiência de turismo virtual

Fonte: Organizado pelo autor (2023).

O cruzamento de informações apresentadas no Quadro 9 reflete uma predominância pela disposição de anúncios (6), seguida por notícias aderentes aos termos pesquisados (4) e ao apelo histórico (4), no sentido de trazer dados referentes a fontes oficiais e de pesquisa sobre a história do turismo. A categoria serviço (1) que, apesar de o conteúdo ser semelhante à maior parte da categoria anúncio, difere por não haver impulsionamento. Isso significa que é uma publicação orgânica e, por isso,

se dispõe de forma separada. Desse modo, temos as primeiras aproximações estabelecidas com os termos pesquisados.

5.2 INSTAGRAM COMO *CORPUS* E AMBIÊNCIA

A partir dos recortes e impressões encontradas no ciberespaço, iremos partir para a construção de nossa matriz para análise no capítulo 6. A plataforma escolhida para esta análise é o Instagram, pela sua penetrabilidade e alcance no cenário brasileiro. O aplicativo foi criado em 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger, inicialmente como uma plataforma de compartilhamento de fotos que permitia aos usuários aplicarem filtros e editarem suas imagens de maneira simples e rápida. Desde seu lançamento, a rede social cresceu exponencialmente, alcançando a marca de 1 milhão de usuários em apenas dois meses²¹. Em 2012, o Instagram foi adquirido pelo Facebook por aproximadamente 1 bilhão de dólares²², o que acelerou ainda mais seu crescimento e desenvolvimento de novas funcionalidades, como *stories*, IGTV, que era para vídeos mais longos e foi, ao longo do tempo, substituído pelo formato *Reels*. Essas inovações transformaram o Instagram em uma plataforma multifuncional que não apenas permite o compartilhamento de fotos, mas também vídeos curtos, transmissões ao vivo e interações diretas entre usuários e marcas.

A importância do Instagram no cenário contemporâneo das redes sociais é, sem dúvida, um vislumbre de um ecossistema em plena operação. Com mais de 2 bilhões de usuários ativos mensais em 2023²³, a plataforma se consolidou como uma das principais redes sociais do mundo, especialmente entre o público jovem. O Instagram não apenas serve como um espaço para socialização e expressão, mas também se tornou uma ferramenta vital para negócios e influenciadores digitais. As

²¹ MLABS. **Tudo sobre o Instagram! O guia completo (e atualizado) da rede social.** Disponível em: <<https://www.mlabs.com.br/blog/instagram>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

²² O GLOBO. **Facebook compra Instagram por US\$ 1 bilhão em dinheiro e ações.** Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/facebook-compra-instagram-por-us-1-bilhao-em-dinheiro-acoes-4530157>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

²³ OPINION BOX. **Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram.** Disponível em: <<https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

empresas utilizam a plataforma para marketing visual, promovendo produtos e serviços por meio de conteúdo atrativo que engaja os consumidores. Segundo dados de 2024, cerca de 90% dos usuários do Instagram seguem pelo menos uma conta comercial²⁴, evidenciando o potencial da plataforma para influenciar decisões de compra e promover marcas de forma eficaz.

Um outro dado importante é o tempo médio de uso do Instagram, que reflete a popularidade da plataforma nas interações sociais e na tecnologia como um vetor de interação. De acordo com dados recentes, os usuários, de modo global, passam em média cerca de 28 minutos por dia no Instagram²⁵, embora esse número possa variar dependendo do perfil demográfico e do engajamento individual. De modo complementar, ao todo, o usuário médio gasta 2 horas e 23 minutos por dia contemplando outras redes sociais²⁶. Vale ressaltar, também, que o tempo médio do uso da Internet, com foco no Brasil, é de mais de 9h por dia. Isso coloca o país como o segundo exponencialmente conectado, ficando atrás apenas da África do Sul²⁷. O dado, em si, representa três horas a mais que a média global.

Em consonância, de acordo com pesquisa de comportamento dos usuários pela empresa especializada Opinion Box, a rede social é utilizada por mais de 64%²⁸ da população com acesso à Internet no país. Além disso, é a maior em engajamento entre usuários ao redor do mundo. O relatório da companhia reporta, ainda, entre

²⁴ HOOTSUITE. **37 Must-know Instagram statistics for marketers in 2024**. Disponível em: <<https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

²⁵ SEMRUSH. **Principais estatísticas sobre o Instagram: quantas pessoas usam e mais!**. Disponível em: <<https://pt.semrush.com/blog/estatisticas-instagram/>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

²⁶ DATAREPORTAL. **Digital 2024: Global Overview Report**. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

²⁷ METRÓPOLES. **Brasil é o 2º país em que usuários passam mais tempo on-line**. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/colunas/m-buzz/brasil-e-o-2-pais-em-que-usuarios-passam-mais-tempo-on-line>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

²⁸ Pesquisa intitulada “Instagram no Brasil – 4ª Edição” da Opinion Box, realizada em dezembro de 2023, com amostragem de 2.109 pessoas, a partir de entrevistas pela Internet. A margem de erro é de 2,1 pontos percentuais (pp). Disponível em: <<https://materiais.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>>. Acesso em: 14 abr. 2024.

outros dados, a lista com os conteúdos mais procurados pelo perfil do brasileiro, conforme o Quadro 10.

Quadro 10 — Conteúdos mais buscados no Instagram no Brasil

Classificação	Categoria	Porcentagem
1	Viagem e Turismo	50%
2	Humor	47%
3	Gastronomia/Receitas	46%
4	Saúde/Fitness	45%
5	Música	38%
6	Finanças	38%
7	Saúde Mental	34%
8	Tecnologia	33%
9	Educação	32%
10	Moda	31%

Fonte: Adaptado pelo autor, a partir de pesquisa da Opinion Box (2024).

Ao elencar as 10 categorias de maior busca entre os usuários, 50% da amostragem curiosamente tem preferência por conteúdo voltado à viagem e turismo. Por se tratar de uma plataforma visual, que explora a imagem e o vídeo como narrativas, o número elucida o comportamento pela metade dos usuários. O estudo segue com as categorias humor, gastronomia/receitas e saúde/fitness, na casa acima dos 40%, denotando uma tendência à conteúdos leves e de aprendizado. O levantamento aponta, também, que 8 em cada 10 usuários tem o costume de compartilhar os conteúdos do Instagram com outras pessoas. Nesse sentido, a onda colaborativa, de repercutir e viralizar, torna-se cada vez mais presente.

Esses dados ressaltam o papel do Instagram como um ecossistema-turístico-comunicacional, onde experiências visuais são compartilhadas e exploradas. Por meio da interação entre usuários, marcas e influenciadores, o Instagram facilita a promoção de destinos turísticos e experiências culturais, permitindo que os agentes sociais descubram novos lugares e tradições através das lentes dos outros. Essa dinâmica não apenas enriquece a experiência do usuário, mas também contribui para a formação de comunidades em torno de interesses comuns, tornando o Instagram uma ferramenta robusta na era digital e da virtualização das relações.

A partir do exposto, a proposta deste estudo preliminar com a plataforma definida é fazer um ‘cercamento dos arredores’, uma espécie de cartografia do ambiente virtual, tecendo sinalizações com o que vimos até aqui. Nesse sentido, tensionamentos podem ser estabelecidos para nos aproximarmos da questão de pesquisa proposta. O Quadro 11 apresenta proposição de esboço de estrutura da estratégia metodológica rizomática, como construto de investigação que será desbravado.

Quadro 11 — Matriz Rizomática Multiterritorial

Rede social	Instagram				
Classificação de perfis	Hashtags	Conteúdo de análise	Quantidade de posts	Quantidade de comentários	Abordagem do post
Pessoal	Viagem; Turismo; Turismo virtual	Post no feed e comentários	10	5 cada post	O que é apresentado em cada publicação (legenda)
Comercial					
Organização Pública					

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

A proposição da cartografia disposta no Quadro 11 é discutir o que está sendo veiculado no Instagram, em termos de ambiente multiterritorial, a partir de uma visão geral, mais aberta em seu parâmetro. A indicação dos perfis se dará pelo uso das seguintes *tags*, ou *hashtags*: Viagem, Turismo e Turismo Virtual — estrategicamente, as mesmas utilizadas para a navegação no ciberespaço. Nesse viés, a rede social fornece mais duas modalidades de filtro: “publicações mais relevantes” e “publicações

mais relevantes recentes”. No procedimento adotado para esta análise, optou-se pela categoria “publicações mais relevantes”, pela temporalidade das publicações e sua relevância ao longo do período. De modo corrente, a escolha das publicações se dará pelas 10 primeiras em cada *tag* — viagem, turismo e turismo virtual — sem demais filtros.

A partir disso, as publicações poderão ser classificadas em três tipos de perfil, atribuídos pelo autor: pessoal, comercial e organização pública. Nesse sentido, será verificada, também, qual a predominância e aderência de cada um deles. O objetivo é tecer aproximações e imbricamentos com o que temos discutido nessa investigação em termos de turismo e virtualidade em perspectiva multiterritorial. Ao todo, foi adotada como procedimento a análise de 10 posts. Os comentários somam 5 cada publicação, salvo exceções em que não há essa quantidade mínima ou, ainda, que não há comentários.

Quadro 12 — Matriz Rizomática Multiterritorial II

Abordagem do post	Formato do post	Palavras-chave
O que é apresentado em cada publicação (legenda)	Foto	Quais os termos em comum que ressaltam nas publicações analisadas
	<i>Reels</i>	
	<i>Boomerang</i>	

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

Posteriormente, será discutida a abordagem e direcionamento do post, a partir das legendas de cada publicação. É possível, ainda, verificar o formato do post — neste estudo, contemplando três frentes: foto, *reels* e *boomerang*. De igual modo, será válido fazer aproximações das publicações a partir das palavras-chave e da composição e apresentação de seu conteúdo. Com isso, teremos um balizador multiterritorial importante no sentido de perceber sinalizações emergentes em termos de narrativa e, também, de acionamento de afetos, acoplados ao ecossistema-turístico-comunicacional.

Com o panorama apresentado neste capítulo, temos um esboço dos procedimentos e dinâmicas operacionais da pesquisa, que possibilitam conhecer o universo investigado. Desse modo, com os fundamentos teóricos e trilhas processuais mapeadas, podemos partir para a etapa de análise ‘de campo’, ‘das descobertas viajantes’, no sentido de navegação cartografada. A partir das inferências encontradas, o estudo será analisado em suas múltiplas ‘potências’, como mesmo denota Lévy (1996), quando se refere à virtualidade como propulsora de acionamentos e sentidos. Com isso, o estudo ganhará *corpus* para análise e considerações finais.

5.3 SINALIZAÇÕES ALGORÍTMICAS EM FOCO

É importante lembrar que a análise, conforme discutido em capítulos anteriores, sofre a variação do algoritmo — ou seja, o que ‘encontro’ na rede atende a uma lógica própria a partir da minha interação e aliada aos meus interesses. Com isso, não há um padrão de resposta igualmente encontrada para todos que pesquisarem determinado recorte. Cada pesquisa se torna única, assim como a publicização e anúncios que percorrem as mídias, como no caso do Instagram. As preferências são uma forma de personalizar a experiência, porém acabam, muitas vezes, deixando-nos em verdadeiras bolhas, conforme esclarece o Quadro 13:

Quadro 13 — Algoritmo nas redes sociais

Impacto no comportamento do usuário	Bolhas de filtros	Usuários são expostos apenas a informações que reforçam suas crenças existentes, limitando sua visão do mundo.
	Viralidade	Conteúdos que se tornam virais muitas vezes são impulsionados por algoritmos que promovem postagens populares rapidamente.
Implicações éticas	Transparência	A falta de transparência sobre como os algoritmos funcionam gera preocupações sobre a manipulação da informação. Usuários frequentemente não sabem por que certos conteúdos são promovidos ou ocultados.

	Privacidade	Algoritmos coletam e analisam grandes quantidades de dados pessoais para personalizar experiências. Isso levanta questões sobre a privacidade dos usuários e como seus dados estão sendo utilizados.
--	--------------------	--

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir de Pariser (2012).

Os algoritmos foram classificados em duas categorias, sendo elas: 'Impacto no comportamento do usuário' e 'Implicações éticas', que são voltados ao conteúdo publicado. Para categoria, duas subcategorias foram determinadas. Um dos efeitos mais notáveis, conforme apresentado no Quadro 13, é a **criação de bolhas de filtro**, onde os usuários são expostos predominantemente a conteúdos que reforçam suas crenças e interesses existentes. Isso ocorre porque os algoritmos priorizam postagens que geram maior engajamento, levando os usuários a interagirem com conteúdo que reflete a sua opinião.

Além das bolhas de filtro, os algoritmos também são responsáveis pela **viralidade de conteúdos** nas redes sociais. Postagens que se tornam virais frequentemente são impulsionadas por algoritmos que promovem rapidamente conteúdos populares, independentemente de sua veracidade ou relevância. Esse fenômeno pode resultar em uma disseminação rápida de informações, mas também levanta preocupações sobre a qualidade do conteúdo que se torna amplamente acessível. Muitas vezes, informações sensacionalistas ou enganosas conseguem maior visibilidade devido à sua **capacidade de gerar reações emocionais intensas**, o que pode **distorcer a percepção da realidade entre os usuários** e contribuir para a desinformação, conforme visto com Keyes (2018) e Santaella (2018).

Esse processo de desterritorialização da informação e da forma de expor conteúdo esbarra também em **questões éticas**. Muitos usuários, conforme observado no Quadro 13, não têm conhecimento sobre como os algoritmos operam e quais critérios são utilizados para promover ou ocultar conteúdo. Essa falta de clareza gera preocupações sobre a manipulação da informação e o controle exercido pelas plataformas digitais sobre o que os usuários veem. Além disso, os algoritmos coletam e analisam grandes quantidades de dados pessoais para personalizar experiências, levantando sérias questões sobre privacidade. O uso desses dados sem o consentimento adequado pode levar à exploração da informação pessoal dos

usuários, resultando em um ambiente digital onde a confiança é comprometida e as práticas éticas das plataformas são frequentemente questionadas.

Nesse sentido, pode-se fazer uma aproximação com Maffesoli (1998) e a **tribalização no processo de virtualização das relações sociais**. Estamos imersos em um caminho de enclausuramento em formato de bolha (Pariser, 2012). O algoritmo se tornou uma espécie de ditador em potencial no *modus operandi* das redes sociais e seu efeito, reconfigurando nossa vida cotidiana. Ao passo que **somos impactados com um possível direcionador, estamos condicionados a uma leitura parcial da realidade**, que não necessariamente reflete a veracidade do que é. A simulação, nesse sentido, se torna um simulacro, a partir do que vimos em capítulos anteriores com Baudrillard (1991), em um mundo de representações hiper-real potencializado.

A relação entre os algoritmos e o turismo, especialmente no contexto da virtualização, é complexa e multifacetada. Os algoritmos influenciam diretamente o comportamento dos usuários ao criar bolhas de filtro, onde as pessoas são expostas predominantemente a conteúdos que reforçam suas crenças e interesses. No âmbito do turismo, isso significa que os viajantes podem ser direcionados a experiências e destinos que se alinham com suas preferências pré-existentes, limitando a descoberta de novas oportunidades e lugares. Por exemplo, um usuário interessado em 'turismo de aventura' pode ser constantemente exposto a postagens sobre trilhas e esportes radicais, enquanto outras opções culturais ou relaxantes podem ser obscurecidas. Essa dinâmica pode levar a uma experiência turística menos diversificada, onde os viajantes se tornam reféns de suas próprias preferências algorítmicas.

Além disso, a viralidade dos conteúdos impulsionada pelos algoritmos pode ter um impacto significativo no turismo virtual. Postagens que se tornam virais muitas vezes são amplamente compartilhadas independentemente de sua veracidade ou relevância, o que pode resultar em uma disseminação rápida de informações sobre destinos turísticos, o que foi discutido no capítulo 3 sobre *fake news* e sua raiz. Essa capacidade de viralização pode ser benéfica para promover locais menos conhecidos, mas também levanta preocupações sobre a qualidade das informações disponíveis. A desinformação e o sensacionalismo podem distorcer a percepção dos viajantes sobre um destino, levando-os a decisões baseadas em representações hiper-realistas da realidade. Nesse sentido, o conceito de simulacro de Baudrillard (1991) se aplica,

tendo em vista que as experiências turísticas podem ser moldadas por representações que não refletem a realidade autêntica do local.

Por fim, as implicações éticas associadas à coleta de dados pessoais pelos algoritmos são particularmente relevantes para o turismo tido como virtual. A personalização das experiências turísticas por meio da análise de dados levanta questões sobre privacidade e consentimento. Os usuários muitas vezes não têm consciência de como seus dados estão sendo utilizados para moldar suas interações online, o que pode resultar em um ambiente digital onde a confiança é comprometida. Essa falta de transparência pode desencorajar os usuários a explorar novas experiências turísticas, uma vez que se sentem manipulados por algoritmos que priorizam o engajamento em detrimento da autenticidade. Portanto, ao considerar a virtualização do turismo, é essencial abordar esses desafios éticos e buscar um equilíbrio entre personalização e privacidade, garantindo que as experiências turísticas sejam enriquecedoras e verdadeiramente representativas da diversidade cultural e das oportunidades disponíveis.

5.4 PISTAS DE ANÁLISE E ‘ACHADOS’ NO *CORPUS*

O procedimento de análise multiterritorial remonta o que foi apresentado no Quadro 11, com análise de uma publicação por pesquisa em *tags*, sendo elas: Viagem; Turismo e Turismo Virtual, a partir da predefinição “publicações mais relevantes” no Instagram. Por se tratar de rede social e, muitas vezes, de informações sensíveis em perfis privados, o procedimento adotado para este capítulo de análise, é de não fazer menção a nomes de perfis, bem como nome de perfis de comentários. De igual modo, nenhum link ou perfil foi printado ou exibido devido à natureza pessoal da informação. O foco é na apresentação e disposição do conteúdo. Em alguns casos, a sinalização processual adotada e que poderá ser utilizada é ‘[RETIRADO]’, quando surgir alguma informação de caráter imoral ou similares.

Com as predefinições e diretrizes do capítulo 5, o Quadro 14 traz a primeira parcial da investigação sobre a *tag* ‘Viagem’. Nesse ponto, é possível retomar a classificação de perfil — se pessoal, comercial ou organização pública — bem como

formato do post — foto, *reels* ou boomerang. Além disso, a quantidade de comentários e a abordagem do post também são fatores considerados.

Quadro 14 — *Tag* ‘Viagem’

Classificação de perfil	Formato do post	Quantidade de comentários	Abordagem do post
Pessoal	<i>Reels</i>	70	“Como comprar pesos na Western Union?”

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

A *tag* ‘Viagem’ conta com 21,5 milhões de publicações indexadas na rede social. O post em análise, no formato *reels*, faz parte de um perfil pessoal de influenciador, que aborda dicas e viagens e mochilão. A publicação chega ao total de 70 comentários. A abordagem, conforme Quadro 14, é sobre câmbio e o passo a passo de compra de moeda em uma plataforma de transferência internacional. O vídeo tem como objetivo auxiliar os seguidores com as melhores práticas para a operação.

Quadro 15 — Detalhamento post ‘Viagem’

Legenda	<p style="text-align: center;">COMO COMPRAR PESOS NA WESTERN UNION?</p> <p>Nesse vídeo, dou o passo-a-passo pra efetivar sua compra de peso na Western Union.</p> <p>A unidade que recomendo é a do Alcorta Mall. Sempre tinha dinheiro e não tinha muitas filas.</p> <p style="text-align: center;">Algumas dicas extras:</p> <p>💰 Se for passar um grande tempo em Buenos Aires, não troque o dinheiro de uma vez. Vai trocando aos poucos porque o câmbio varia muito de semana a semana.</p> <p>🎒 Leve uma mochila ou pochete grande pra levar o dinheiro: são muitas notas kkk</p> <p>🛒 Essa unidade que eu indiquei fica dentro do Carrefour, é uma boa pra você já fazer algumas comprinhas.</p> <p>🗣️ Comente YOUTUBE aqui que eu te mando o link do canal da @nathiguarenti que fez toda cobertura dessa viagem!</p>
----------------	--

	<p>E manda esse vídeo pra um amigo que vai pra Argentina em breve, pode ser? <3</p> <p>#viagem #argentina #buenosaires #dicas #westernunion</p>
<p>Comentários (cinco primeiros, por ordem de aparição)</p>	<p>O negócio ruim na west union é pegar o dinheiro mts não tem dinheiro ou não funcionam pra sacar! São apenas tipo loteria</p>
	<p>Já usei WU na Argentina (Buenos Aires) e na Colômbia (Cartagena e San Andres) e foi só sucesso... já tive o dinheiro disponível para saque apenas 7 minutos depois do pix kkkkk</p>
	<p>Gente, dúvida sincera. Se eu levar o dinheiro em espécie, eles realizam o câmbio também?</p>
	<p>As filas são gigantes e eles acusam o sistema está sempre caindo 😞</p>
	<p>YouTube</p>

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

O Quadro 15 traz na íntegra o conteúdo de legenda e 5 principais comentários do post — como procedimento adotado. O conteúdo abordado no *reels* estabelece conexão com os seguidores, a partir do uso de recursos como emojis (sinais gráficos), que representam ideias e trazem um tom mais amigável e informal. Em linhas gerais, a cultura da Internet possui a prática de reduzir consideravelmente o uso de caracteres, utilizando, por vezes, elementos para melhor descrever uma ação ou informação. A chamada para os comentários também é um fator predominante, instigando o usuário a receber mais um conteúdo adicional. Já nos comentários pelos seguidores, pode-se perceber que o conteúdo já é de domínio daquela ‘bolha’, reforçando o senso de comunidade e pertencimento.

Quadro 16 — *Tag* ‘Turismo’

Classificação de perfil	Formato do post	Quantidade de comentários	Abordagem do post
Comercial	<i>Reels</i>	45	“Apresentação do Parque Vergiliano, em Nápoles, na Itália”

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

Em ordem sequencial, o Quadro 16 apresenta a segunda *tag* proposta ‘Turismo’, que já conta com 32 milhões de publicações indexadas no Instagram. O post também está no formato *reels* e faz parte de um perfil comercial, que visa explorar pontos turísticos e recomendar os melhores locais para visitaç o na região de Nápoles, na Itália. Ao todo, a publica o conta com 45 comentários. A narrativa do post se d  por meio de *takes* (tomadas da câmera) em plano geral (foco mais aberto). O uso de artifícios de filmagem, como drone, fornece um refinamento e preciosismo profissional para o vídeo publicado.

O Quadro 17 traz o detalhamento do post, com a íntegra da legenda e os 5 principais comentários da *tag* ‘Turismo’, junto a sua tradu o:

Quadro 17 — Detalhamento post ‘Turismo’

	Original	Tradu�o
Legenda	<p>Parco Vergiliano - Napoli �r Virgilio e Napoli, Un legame antico, magico.</p> <p>Proprio in questo luogo affascinante che giace il famoso poeta latino, insieme ad un altro illustre della penna, il poeta Giacomo Leopardi.</p> <p>Visitando la sua tomba napoletana ci chiediamo come mai questo mantovano trapiantato a Roma nel secolo del suo pi� grande splendore, abbia amato tanto Napoli da desiderare di esservi sepolto, e soprattutto abbia lasciato a Napoli una fama destinata a durare nei secoli.</p> <p>La risposta sta nella sua grande passione per la Grecia e la sua cultura, e Napoli era la pi� importante citt� della Magna Grecia, centro culturale di assoluta importanza.</p>	<p>Parque Vergiliano - Nápoles �r Virgílio e Nápoles, um vínculo antigo e mágico.</p> <p>� nesse lugar fascinante que jaz o famoso poeta latino, juntamente com outro ilustre escritor, o poeta Giacomo Leopardi.</p> <p>Ao visitar seu túmulo napolitano, nos perguntamos como esse mantuano, transplantado para Roma no século de seu maior esplendor, amava tanto Nápoles que desejava ser enterrado l� e, acima de tudo, deixou Nápoles com uma fama destinada a durar séculos. A resposta está em sua grande paixão pela Grécia e sua cultura, e Nápoles era a cidade mais importante da Magna Grécia, um centro cultural de importância absoluta.</p>

Ma soprattutto è legata a Napoli la fama di Virgilio Mago. La leggenda, lega il poeta alla vita stessa della città, raccontando che egli avrebbe nascosto nelle fondamenta del castello sito sull'isolotto di Megaride (Castello, sempre secondo la leggenda, da lui stesso costruito) un uovo magico, sigillato in un vaso in vetro, a sua volta sospeso in una gabbia metallica e che Napoli sarebbe durata solo finché quell'uovo fosse rimasto intatto.

Un'altra ragione, più antica e originaria che potrebbe aver legato il poeta a Napoli, è in particolare il fatto che la madre di Virgilio, Magia Polla, apparteneva ad un'antica famiglia campana.

la gens Maja o Magia.

Forse l'antica tradizione di Virgilio Mago, potrebbe essere legata al nome di quella gens con cui a Napoli era conosciuto tramite la madre?

Che l'amore per Napoli che Virgilio mostrò durante tutta la sua vita traesse dunque origine nei suoi stessi geni?

Forse il suo trasferirsi a Napoli, oltre che dall'indubbia bellezza della città, dalla sua cultura "greca", dalla magia di Posillipo, che offriva, e non solo nel nome, una pausa dal dolore, è nata dall'eco dei racconti materni fissatisi nella sua mente di bambino?

Tuttavia, sulla precisa ubicazione del sepolcro continuano a sussistere controversie e dubbi, certo è che a Napoli giacciono le sue spoglie e di questo ne siamo orgogliosi.



#thatsnapoli
#siituristadellatuacittà
#virgilio
#storia
#napolidavivere
#naples
#italia365
#turismo
#ancienthistory
#travel
#trips
#loveitaly
#vesuvio

Mas, acima de tudo, a fama de Virgílio, o Mago, está ligada a Nápoles. A lenda liga o poeta à própria vida da cidade, contando que ele teria escondido nos alicerces do castelo na ilha de Megaride (um castelo, novamente de acordo com a lenda, construído por ele mesmo) um ovo mágico, selado em um frasco de vidro, que por sua vez estava suspenso em uma gaiola de metal, e que Nápoles só duraria enquanto esse ovo permanecesse intacto.

Outro motivo mais antigo e original que pode ter ligado o poeta a Nápoles é o fato de que a mãe de Virgílio, Magia Polla, pertencia a uma antiga família da Campânia.

Os Maja ou Magia.

Poderia a antiga tradição de Virgílio, o Mago, estar ligado ao nome de pessoas pelas quais ele era conhecido em Nápoles por meio de sua mãe?

O amor por Nápoles que Virgílio demonstrou durante toda a sua vida poderia ter origem em seus próprios genes? Talvez sua mudança para Nápoles, além da indubitável beleza da cidade, sua cultura "grega" e a magia de Posillipo, que oferecia, e não apenas no nome, um alívio para a tristeza, tenha se originado do eco das histórias de sua mãe fixadas em sua mente quando criança?

No entanto, a localização exata da tumba ainda é motivo de controvérsia e dúvida; o que é certo é que seus restos mortais estão em Nápoles, e disso nos orgulhamos.



#thatsnapoli
#siituristadellatuacittà
#virgilio
#storia
#napolidavivere
#naples
#italia365
#turismo
#ancienthistory
#travel
#trips
#loveitaly
#vesuvio

Comentários (cinco primeiros, por ordem de aparição)	Che io sappia, Virgilio non è sepolto qui	Pelo que sei, Virgílio não está enterrado aqui
	Una veduta spettacolare ci sono stata ♥	Uma vista espetacular. Já estive lá ♥
	Bello sto post.però nella leggenda l'uovo è il fulcro delle fondamenta dell'omonimo castello. Non di tutta Napoli o le sue sorti. Grandissime ricchezze da conservare, mantenere ed amare.	Boa postagem.Na lenda, o ovo está no centro das fundações do castelo de mesmo nome. Não de toda Nápoles ou de suas fortunas. Uma grande riqueza a ser preservada, mantida e amada.
	Dove si trova ? Vorrei vederlo grazie	Onde ele está localizado? Gostaria de vê-lo, obrigado
	Beautiful Napoli and beautiful armenian music ♥	Bela Nápoles e bela música armena ♥

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

Em linhas gerais, a publicação trata da narrativa de viagem como um fator de forte apelo cultural para os arredores de Nápoles, na Itália. O contexto histórico aliado à estética das paisagens em formato audiovisual, permite que o seguidor se conecte ao multiterritório e às sensações propiciadas pela ‘viagem’ na tela. A virtualização, no sentido de vir a ser, de Lévy (1996), neste sentido, abre espaço para que o usuário reflita sobre uma possível ‘viagem’ ou retome uma memória ambientada no local. Os comentários, em sua pluralidade, oscilam entre dúvidas, apontamentos e relatos pessoais.

Quadro 18 — Tag ‘Turismo Virtual’

Classificação de perfil	Formato do post	Quantidade de comentários	Abordagem do post
Pessoal	<i>Reels</i>	0	“Apresentação do Túnel Maria Nossar (túnel que chora)”

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

O Quadro 18 apresenta a terceira *tag* proposta ‘Turismo Virtual’, que conta com um número tímido de 10 mil publicações indexadas na plataforma, se comparado com as outras duas *tags* (Viagem e Turismo). O post está no formato *reels* e faz parte de um perfil pessoal com viés exploratório e adepto à publicação de viagens por parte da autora do perfil. A publicação não conta com nenhum comentário por parte dos seguidores. A abordagem adotada é em formato de apresentação de um curioso “Túnel que chora”, a partir da experiência de visitação *in loco*.

Quadro 19 — Detalhamento post ‘Turismo Virtual’

<p>Legenda</p>	<p>Túnel Maria Nossar (Túnel que chora)</p> <p>O Túnel tem 95m de extensão, 5m de largura e 3,5m de altura todo de pedra , sem qualquer revestimento de iluminação com lâmpões antigos à eletricidade e com calçamento em pé-de-moleque . O Túnel encontra-se em estado de Rocha bruta ,sendo possível observar o trabalho artesanal dos escravos em sua escavação.</p> <p>Hoje ,é utilizado para passagem de carros e pedestres.</p> <p>Esse Túnel fica em Conservatória RJ</p> <p>#túnel #conservatoriarj #turismovirtual #història #cariocandoporai #tunelquechora #rj #carioca #riotur</p>
<p>Comentários (cinco primeiros, por ordem de aparição)</p>	<p>Post sem comentários</p>

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

A atração, como mencionado na legenda do Quadro 19, fica localizada no distrito de Conservatória, na cidade de Valença, no estado do Rio de Janeiro. A narrativa do post ocorre por uma sequência de enquadramentos do ambiente, que detalham a visita de campo, com *takes* do local, oscilando com *selfies* e imagens da detentora do perfil. O material, ainda, faz uso de trilha sonora do próprio Instagram, mas sem narração. A perspectiva do acionamento desterritorializante é um dos fatores que podem ser percebidos. Nesse sentido, publicar momentos de ‘lazer’ e de ‘viagens’ é uma forma de compartilhar sensações e recortes de percepção daquele local. A viagem em suas múltiplas formas e potências de ser.

Em linhas gerais, as publicações por meio das *tags* mencionadas, trabalham a ideia de compartilhar experiências e permitir que os seguidores sejam impactados

com uma história. O enredo do ecossistema-turístico-comunicacional, preliminarmente, se entrelaça por meio de narrativas e escolhas daqueles que permitem expor suas próprias vivências na tela. A rede social, neste caso, permite a identificação e gera um ‘turismo de diferenciação’, ao despertar no ‘viajante’ o acionamento de memórias ou ao despertar de novos afetos, a partir da experiência compartilhada.

Ao abordar sinalizações no direcionamento e análise de estudo multiterritorial *in loco* proposto até aqui, a ideia, a partir das inferências obtidas, é desdobrar a pesquisa em sua confluência e implicação prática. Sob o panorama apresentado, podemos observar uma tendência de conteúdo proposto para cada *tag* pesquisada, conforme apresentado no Quadro 20.

Quadro 20 — Tendência das *Tags*

Tag	Tendência
Viagem	Forte apelo por informações práticas, indicando que os seguidores valorizam conteúdos que os ajudem a planejar suas viagens
Turismo	Desta a importância do contexto cultural e histórico na promoção de destinos, sugerindo que narrativas ricas podem aumentar o interesse de turistas
Turismo Virtual	Nicho emergente, no qual as experiências virtuais podem complementar ou substituir visitas físicas

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

A diferenciação entre as *tags* Viagem, Turismo e Turismo Virtual é essencial para compreender as nuances e dinâmicas que cada uma representa no ecossistema digital. A *tag* Viagem destaca-se por seu forte apelo por informações práticas, indicando que os seguidores valorizam conteúdos que os ajudem a planejar suas experiências. Publicações que abordam dicas de viagem, como câmbio de moeda ou recomendações de locais, são particularmente populares, pois oferecem orientações diretas e úteis para os viajantes. Essa abordagem prática não apenas facilita o

planejamento, mas também cria um senso de comunidade entre os usuários que compartilham experiências e conselhos, reforçando a ideia de que a viagem é uma experiência coletiva.

Por outro lado, a *tag* Turismo enfatiza a importância do contexto cultural e histórico na promoção de destinos. Publicações sob essa *tag* frequentemente apresentam narrativas ricas que exploram a herança cultural de um local, como a história de monumentos ou tradições locais. Esse tipo de conteúdo sugere que os turistas estão cada vez mais interessados em experiências que vão além da simples visita, buscando uma conexão mais profunda com os lugares que visitam. A narrativa cultural não só atrai o interesse dos turistas, mas também enriquece sua experiência, permitindo-lhes entender melhor o significado do destino e suas peculiaridades.

Em contraste, o Turismo virtual emerge como um nicho crescente onde as experiências digitais podem complementar ou até substituir visitas físicas. Com um número ainda modesto de publicações em comparação com as outras duas *tags*, as postagens que utilizam essa *tag* geralmente apresentam tours virtuais ou experiências interativas que permitem aos usuários explorar locais de maneira imersiva. Esse formato não apenas amplia o alcance das experiências turísticas, mas também possibilita uma nova forma de engajamento com o público, despertando interesse em futuras visitas físicas.

6 POTÊNCIA EM AÇÃO

“Eu não estive em todos os lugares, mas está na minha lista.”

Susan Sontag

Este capítulo é destinado à análise a partir de concepções dos ecossistemas-turístico-comunicacionais e inferências na rede social Instagram. Nos capítulos anteriores, pudemos traçar todos os arredores da pesquisa, desde a definição de percurso metodológico, até o desdobramento teórico, dos caminhos e reflexões de investigação. A proposta, neste capítulo, se dá pela construção de cartografia de Matriz Rizomática a partir das percepções e inferências obtidas pelo desdobramento do capítulo 5. Neste momento, a cartografia será um balizador importante para equacionarmos os ecossistemas em discussão. A proposta é tecer um panorama com os ‘achados’, junto a implicações práticas dentro da rede social estabelecida para este estudo.

A partir do que vimos até aqui, iremos operacionalizar a pesquisa no vértice de ecossistemas existentes que podem contribuir para uma análise multiterritorial mais robusta. Nesse sentido, apresento dois caminhos possíveis e que fazem parte dos meus arredores como pesquisador: as cidades de Bento Gonçalves e Nova Petrópolis, na Serra Gaúcha. Ambas foram definidas pelo seu enraizamento histórico e importância turística para a região — oferecendo potenciais possibilidades e apelo turístico. De igual modo, ambas possuem um alcance exploratório bem imponente no que tange ao aspecto de sua virtualização.

Em linhas gerais, Bento Gonçalves, é um destino turístico de grande relevância no Brasil, especialmente por sua forte ligação com a cultura do vinho e a produção de vinhos de alta qualidade. A cidade é reconhecida como a "Capital do Vinho" e abriga diversas vinícolas que atraem turistas de todo o país e do exterior. O enoturismo, que combina turismo e a experiência de degustação de vinhos, é uma das principais atrações da região, permitindo que os visitantes conheçam o processo

de produção do vinho, participem de degustações e desfrutem da gastronomia local. Além disso, Bento Gonçalves oferece uma rica programação cultural e eventos, como a Festa da Uva, que celebra a colheita e a tradição vitivinícola da região. Esses fatores tornam a cidade um ponto focal para o turismo na Serra Gaúcha, contribuindo significativamente para a economia local.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em último censo realizado em 2022, o município conta com mais de 120 mil habitantes²⁹ e apresenta um crescimento constante no setor turístico, com uma infraestrutura adequada para receber visitantes, incluindo hotéis, restaurantes e atrativos turísticos. Em 2023, a cidade registrou aproximadamente 1,5 milhão de visitantes³⁰, refletindo seu apelo como destino turístico, em um momento de retomada após um período de pandemia de Covid-19. Além disso, o município tem investido em melhorias na acessibilidade e na promoção de suas atrações, como o Parque Cultural Epopeia Italiana e o Roteiro Caminhos de Pedra, que resgatam a história e as tradições dos imigrantes italianos na região. Com essa combinação de fatores culturais, históricos e naturais, Bento Gonçalves se destaca não apenas como um destino turístico importante no Brasil, mas também como um exemplo do potencial do ecossistema-turístico-comunicacional que integra experiências físicas e digitais em um cenário contemporâneo.

Já Nova Petrópolis, com cerca de mais de 23 mil pessoas residentes³¹, em censo de 2022, é um destino turístico de grande importância no Brasil, especialmente conhecido por sua rica herança cultural e suas belezas naturais. A cidade é famosa por sua forte influência da imigração alemã, que se reflete na arquitetura, na gastronomia e nas tradições locais. Um dos principais atrativos turísticos da cidade é o Parque Aldeia do Imigrante, que oferece uma imersão na cultura germânica por meio

²⁹ IBGE. **Cidades e Estados (Bento Gonçalves/RS)**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/bento-goncalves.html>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

³⁰ GZH. **Com ações coletivas e experiências para os visitantes, empresários de Bento Gonçalves buscam retomada do turismo**. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/economia/noticia/2024/07/com-acoes-coletivas-e-experiencias-para-os-visitantes-empresarios-de-bento-goncalves-buscam-retomada-do-turismo-clyg49ikb00o3015e04dosob9.html>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

³¹ IBGE. **Cidades e Estados (Nova Petrópolis/RS)**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/nova-petropolis.html>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

de eventos, festivais e experiências interativas. Além disso, Nova Petrópolis é a sede do famoso Labirinto Verde, um dos maiores labirintos vivos do Brasil, que atrai visitantes em busca de lazer e contato com a natureza. A combinação de cultura, história e paisagens deslumbrantes torna Nova Petrópolis um importante atrativo para os turistas que visitam a Serra Gaúcha.

De acordo com dados da Secretaria de Turismo de Nova Petrópolis, a cidade tem visto um crescimento significativo no fluxo turístico nos últimos anos. Em 2022, estima-se que Nova Petrópolis recebeu mais de 970 mil turistas³², consolidando-se como um dos destinos com acentuada concentração de visitantes na região, para além do tradicional roteiro ‘Gramado e Canela’, conhecido nacionalmente. O município investiu em infraestrutura turística e na promoção de eventos culturais, como o Festival Internacional de Folclore, a Festa do Figo e o Festival da Primavera, que celebram tradicionalismo e os costumes regionais. Esses dados ressaltam a importância de Nova Petrópolis no contexto do ecossistema-turístico-comunicacional, onde a interconexão entre cultura local, experiências turísticas e a desterritorialização desempenham um papel vital na atração e engajamento dos visitantes.

Isto posto, para a construção de análise dos ecossistemas mencionados, os perfis oficiais no Instagram da Secretaria de Turismo de ambas as cidades serão utilizados. A partir das inferências e *corpus* do que vimos no capítulo 5 e seu desdobramento, foi possível adotar como procedimento de análise o que está apresentado no Quadro 21. A Matriz Rizomática Multiterritorial III elenca 7 trilhas propostas e que cadenciam percepções acerca dos fragmentos dos posts a serem analisados.

Quadro 21 — Matriz Rizomática Multiterritorial III

Formato do post	Foto/Reels/Vídeo
Quantidade de comentários	Número total de comentários

³² SETUR. **Observatório de Turismo do Rio Grande do Sul**. Disponível em: <<https://setur.rs.gov.br/upload/arquivos/202307/24111641-relatorio-fluxo-turistico-nova-petropolis-2022-sebrae-rs.pdf>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

Abordagem do post	Descritivo da temático e objetivo do post
Número de curtidas/ visualizações	Total de curtidas e/ou visualizações do post
Legenda do post	O que é apresentado em cada publicação (legenda)
Hashtags utilizadas	<i>Hashtags</i> utilizadas no post
Comentários	Relação de comentários na íntegra

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

A proposição de análise com cada ecossistema no Instagram consiste em uma avaliação detalhada de três publicações, utilizando um quadro que organiza informações essenciais sobre cada uma delas. A análise será dividida em duas categorias principais: **engajamento** e **abordagem do conteúdo**. Para cada post, serão registrados o formato (foto, *reels*, vídeo ou *stories*), a quantidade de comentários, o número de curtidas, a legenda utilizada e as *hashtags* empregadas. Esses elementos permitirão entender como diferentes formatos e estratégias de conteúdo impactam a interação dos usuários e a eficácia da comunicação.

A primeira parte da análise focará no **engajamento**, observando o número total de comentários e curtidas, que são indicadores diretos do interesse e envolvimento dos seguidores com o conteúdo apresentado. A segunda parte se concentrará na **abordagem do post**, examinando a temática da legenda e as *hashtags* utilizadas, além de identificar o tipo de interação proposta, como perguntas ou enquetes. Essa estrutura permitirá uma compreensão abrangente das dinâmicas de interação nas redes sociais e como elas se relacionam com os conceitos dos ecossistemas-turístico-comunicacionais, conforme inspirado nas Matrizes Rizomáticas de Baptista (2023). Vale ressaltar que a reprodução e print dos posts, por se tratar de órgãos e de eventos de interesse público, se torna possível sua reprodução. No entanto, os comentários, por serem de perfis pessoais, na maioria dos casos, convencionou-se manter o sigilo.

6.1 ECOSSISTEMA-TURÍSTICO-COMUNICACIONAL DE BENTO GONÇALVES/RS

A partir do exposto, em termos de operacionalização de pesquisa e base exercida por meio de análise preliminar, como pistas iniciais do que é disposto nas redes, vamos investigar o caminho do primeiro ecossistema, localizado em Bento Gonçalves/RS. Para essa investigação, a proposição é fazer um mergulho na rede social da Secretaria de Turismo do município, importante espaço de divulgação e pulverização de informações oficiais dos atrativos turísticos que a cidade oferece. A Figura 2 situa a primeira aproximação e diagnóstico multiterritorial com o perfil no Instagram:

Figura 2 — Diagnóstico Multiterritorial '@turismo.bento'

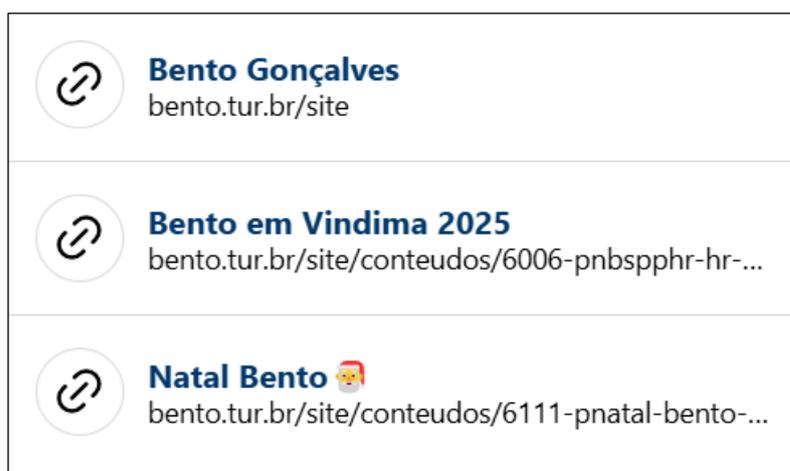


Fonte: Print do perfil do Instagram '@turismo.bento' (2024).

O perfil intitulado '@turismo.bento', conta com mais de 1800 publicações — até o fechamento desta dissertação em novembro de 2024. O perfil foi criado, segundo informações do próprio perfil, em março de 2017. Este, por sua vez, conta com mais de 56 mil seguidores e pouco mais de 200 que o próprio perfil segue. A famosa 'bio', que é uma breve descrição logo abaixo do nome de perfil, utiliza o slogan "Bento Pura Inspiração", criado como forma de expressar todas as emoções que um visitante pode

sentir ao estar em Bento Gonçalves³³. Na sequência, o perfil já intitula o município como “A capital Brasileira da Uva e do Vinho” e confirma que é um perfil da Secretaria de Turismo de Bento Gonçalves, bem como insere o endereço do local. Como link, o perfil se desdobra, conforme a Figura 3, em três opções:

Figura 3 — Links da bio ‘@turismo.bento’



Fonte: Print do link da bio do perfil no Instagram de ‘@turismo.bento’ (2024).

Os links acabam se tornando uma forma de chamar a atenção e se traduzem em uma maneira de ‘chamada para a ação’, quando se há interesse, principalmente quando se trata de um perfil aberto de apelo turístico ou, daria para se dizer, ‘comercial/corporativo’. Conforme a Figura 3, os links se desdobram no acesso de:

- 1) **‘Bento Gonçalves’**: site voltado ao turismo do município, com informações gerais e de eventos voltados ao enoturismo;
- 2) **‘Bento em Vindima 2025’**: redirecionamento ao site do evento ‘Vindima 2025’, sendo uma tradicional festa em comemoração à colheita das uvas, que ocorre anualmente de janeiro a março;

³³ O slogan foi criado pelo Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares – SHRBS e Bento Convention Bureau — que atua na união e articulação de empresas locais, apoiado no empreendedorismo e potencialidade da região serrana, buscando fortalecer a atividade turística e promovendo o destino. Mais informações podem ser verificadas pelo link: https://bentoconvention.com.br/doc/brand_book_marca_bento.pdf. Acesso em 17 nov. 2024.

- 3) **‘Natal Bento’**: redirecionamento ao site do evento ‘Natal Bento’, alusiva à programação e espetáculo natalino, que ocorre entre novembro e dezembro.

Figura 4 — Destaques no perfil ‘@turismo.bento’



Fonte: Print dos destaques no Instagram de ‘@turismo.bento’ (2024).

Ainda, no perfil, como exposto na Figura 4, há uma parte importante que é chamada pelo Instagram de ‘Destaques’, onde é possível fixar *stories* e agrupá-los em categorias, tornando-os permanentes na tela inicial do perfil. Neste caso, há 6 categorias elencadas, sendo elas:

- 1) **Dúvidas**: de modo geral, foram inseridas as principais dúvidas de como chegar em Bento Gonçalves;
- 2) **Eventos**: foram agrupados *stories* de pessoas que marcaram o perfil em shows e eventos promovidos pelo município;
- 3) **Rotas**: esse destaque instiga o usuário a visitar e marcar algumas rotas como ‘Vale dos Vinhedos’ e ‘Caminhos de Pedra’, atrativos da cidade;
- 4) **Como chegar**: repete os *stories* do destaque ‘Dúvidas’, porém em menor quantidade de posts;
- 5) **Estações**: dá destaque a um *reels* que contempla o Dia Mundial do Turismo;
- 6) **Enogastronomia**: mostra *stories* variados de usuários que marcam eventos promovidos pelo município, incluindo a festa da Vindima.

Em linhas gerais, apesar de haver uma padronização visual aparente, os conteúdos divulgados em cada destaque, de certo modo, não estão em constante

atualização. Em alguns pontos, há uma perda de tópico e na nomenclatura empregada. De igual modo, é uma forma de tornar a informação mais acessível e perene. Em vez de dispô-las apenas nos *stories*, fixá-las nos ‘Destaques’, contribui para aqueles que buscam mais informações, principalmente na aba ‘Dúvidas’ para turistas.

Com esses arredores do ecossistema apresentados, foram definidos três posts como amostragem para esta investigação. A escolha se deu em modo aleatório, ao rolar o perfil, e com base, também, a contemplar formatos e proposições de formato distintos. A Matriz Rizomática segue o desdobramento do que foi exposto no Quadro 21. Na Figura 5, é possível observar o primeiro post do ecossistema ‘@turismo.bento’.

Figura 5 — Reels ‘Natal Bento!’



Fonte: Print do post no Instagram de ‘@turismo.bento’ (2024)³⁴.

³⁴ O conteúdo do post pode ser acessado no aplicativo do Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/DCXy36vt7Z8/>>. Acesso em: 18 nov. 2024.

Na Figura 5, o *reels* tem a proposta de trazer parte da programação, em sentido promocional, das atrações do ‘Natal Bento’, evento que ocorre anualmente. O post foi feito em colaboração com outros dois perfis, sendo: @descubrabeto — com quase 54 mil seguidores, e @rotasdaseragaucha — com mais de 50 mil seguidores, possibilitando o aumento exponencial de taxa de engajamento, visto que o conteúdo aparece em três perfis simultaneamente³⁵. Com *takes* dinâmicos, a intenção do conteúdo é encantar pelo visual. A estética do post é fundamental para atrair visualmente e prender a atenção. A qualidade das imagens e a composição visual (incluindo cores, iluminação e enquadramento) desempenham um papel importante na percepção geral do conteúdo. Um design atraente pode fazer com que o post se destaque no feed dos usuários, aumentando as chances de ser compartilhado e comentado. No Quadro 22, é possível visualizar o descritivo do post em questão.

Quadro 22 — Matriz ‘@turismo.bento’ I

Formato do post	<i>Reels</i>
Quantidade de comentários	28 comentários
Abordagem do post	Alusivo às comemorações e atrativos de Natal
Número de visualizações	47,1 mil visualizações
Legenda do post	<p>Já é Natal em Bento Gonçalves! 🎄 ✨ 🎅</p> <p>Abertura oficial da programação do #NatalBento nesta quinta-feira, dia 14, na #ViadelVino, com apresentações artísticas, chegada do Papai Noel e entrega da Chave da Cidade pelo Prefeito @diogosegabinnazisiqueira e secretário de turismo @evandrovmsoares</p> <p>Apoio: @prefeiturabeto, @portalleouve @connectmotorsbr, @viasulinternet, @gruporscom</p> <p>Quer apoiar a #cultura, #entretenimento e #gastronomia da nossa cidade? Chama a gente no direct!</p>
Hashtags utilizadas	#bentogoncalves #serragaucha #riograndedosul #turismo #descubrabeto

³⁵ A função ‘Collab’ — posts colaborativos — em que o mesmo conteúdo aparece para dois perfis ou mais, foi liberada pelo Instagram em 2024. É uma forma de contribuir para melhorar o alcance do conteúdo e fortalecer ainda mais perfis e comunidades, bem como ganhar mais ‘engajamento’.

Comentários

COMENTÁRIO 1: 🙌👶🎄

COMENTÁRIO 2: Muito lindo 🙌🎄👶🙌🙌

COMENTÁRIO 3: A cidade está linda! 😊

COMENTÁRIO 4: Lindo.

COMENTÁRIO 5: 🙌🙌😊🎄👶

COMENTÁRIO 6: Que lindo 😊😊

COMENTÁRIO 7: ❤️❤️❤️❤️❤️❤️

COMENTÁRIO 8: Encantada...linda nossa Bento Gonçalves 🎄

COMENTÁRIO 9: ❤️

COMENTÁRIO 10: 🙌🙌🙌

COMENTÁRIO 11: Que encanto!

COMENTÁRIO 12: Q linda! ❤️

COMENTÁRIO 13: ❤️

COMENTÁRIO 14: Lindo demais! 🙌🙌🙌

COMENTÁRIO 15: Que divino me emociona

COMENTÁRIO 16: 🙌🙌🙌❤️❤️❤️

COMENTÁRIO 17: ❤️❤️❤️

COMENTÁRIO 18: Está lindo!

COMENTÁRIO 19: 🙌🙌🙌 Que bom que as crianças puderam assistir um momento tão divertido e inesquecível para elas!

COMENTÁRIO 20: Fantástico 🙌❤️😊

COMENTÁRIO 21: Lindo né?

COMENTÁRIO 22: Que lindo!! Bem parecido com Caxias 😊 SQN

COMENTÁRIO 23: 🙌🙌🙌 Parabéns estava lindo

COMENTÁRIO 24: Como me gostaria viver eso

COMENTÁRIO 25: 😊😊😊😊😊🙌🙌🙌🙌

COMENTÁRIO 26: Que lindo!! Bem parecido com Caxias 😊 SQN

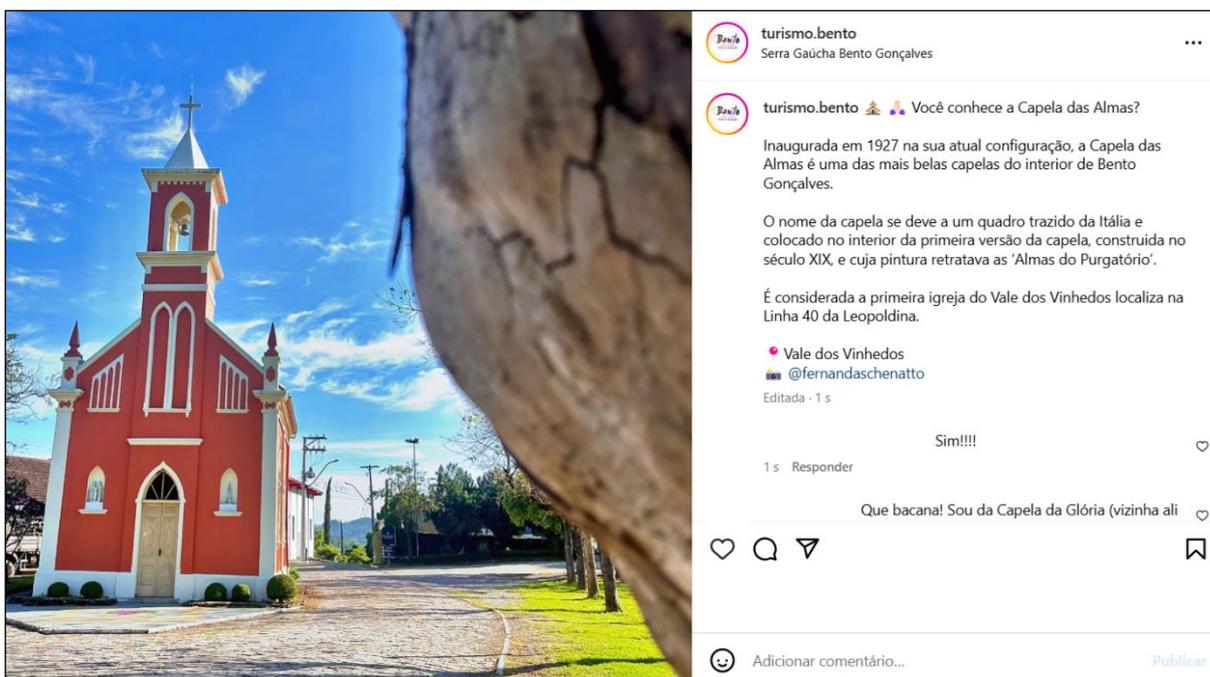
COMENTÁRIO 27: Amo muito Bento Gonçalves, terra de pessoas, acolhedoras que Deus abençoe!

COMENTÁRIO 27: A cidade está linda. Vamos lá bairros de Bento Gonçalves, vamos enfeitar as casas, prédios, colorir nossa cidade e novamente despertar a magia do Natal em nossos corações como era antigamente aqui na cidade.

O post no formato de *reels*, como observado no Quadro 22, alusivo às comemorações de Natal em Bento Gonçalves, apresenta uma abordagem festiva e envolvente que se reflete em suas 47,1 mil visualizações e 28 comentários. A legenda do post informa sobre a abertura oficial da programação natalina, bem como convida os seguidores a se engajar com a cultura local, destacando eventos como a chegada do ‘Papai Noel’ e a entrega da ‘Chave da Cidade’. Os comentários são predominantemente positivos, expressando admiração pela cidade e entusiasmo pelas festividades, o que indica um forte senso de comunidade entre os seguidores.

Para além, as *hashtags* utilizadas são estratégicas para potencializar a visibilidade do post entre usuários interessados em turismo na região. A interação nos comentários revela uma conexão emocional dos seguidores com a cidade, com muitos elogiando sua beleza e expressando desejos de vivenciar as festividades. Esse tipo de engajamento não apenas promove o evento em si, mas também fortalece a imagem de Bento Gonçalves como um destino turístico vibrante durante o Natal.

Figura 6 — Foto ‘Capela das Almas’



Fonte: Print do post no Instagram de '@turismo.bento' (2024)³⁶.

³⁶ O conteúdo do post pode ser acessado no aplicativo do Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/DCHXAGrJ8Md/>>. Acesso em: 18 nov. 2024.

A Figura 6 nos mostra o segundo post do ecossistema '@turismo.bento'. O conteúdo sobre o atrativo 'Capela das Almas', apresenta uma foto e a legenda informativa sobre a história e a importância do local. A menção à localização na Linha 40 da Leopoldina e à sua importância como a primeira igreja do Vale dos Vinhedos reforça o valor histórico do local, tornando-o atraente para turistas que buscam experiências autênticas. A estética da imagem, que captura a beleza arquitetônica da capela, complementa a narrativa, criando um apelo visual que pode incentivar visitas. A foto, enviada por seguidor, também contribui para o fomento de conteúdo, tendo em vista que os turistas podem marcar o local em suas redes e serem repostados. No Quadro 23, pode ser vista a Matriz completa do post.

Quadro 23 — Matriz '@turismo.bento' II

Formato do post	Foto
Quantidade de comentários	1 comentário
Abordagem do post	Divulgação e curiosidades de atrativo turístico localizado no Vale dos Vinhedos, no município
Número de curtidas	209 curtidas
Legenda do post	<p>  Você conhece a Capela das Almas?</p> <p>Inaugurada em 1927 na sua atual configuração, a Capela das Almas é uma das mais belas capelas do interior de Bento Gonçalves.</p> <p>O nome da capela se deve a um quadro trazido da Itália e colocado no interior da primeira versão da capela, construída no século XIX, e cuja pintura retratava as 'Almas do Purgatório'.</p> <p>É considerada a primeira igreja do Vale dos Vinhedos localizada na Linha 40 da Leopoldina.</p> <p> Vale dos Vinhedos</p> <p> @fernandaschenatto</p>
Hashtags utilizadas	Não foram utilizadas <i>hashtags</i> para este post

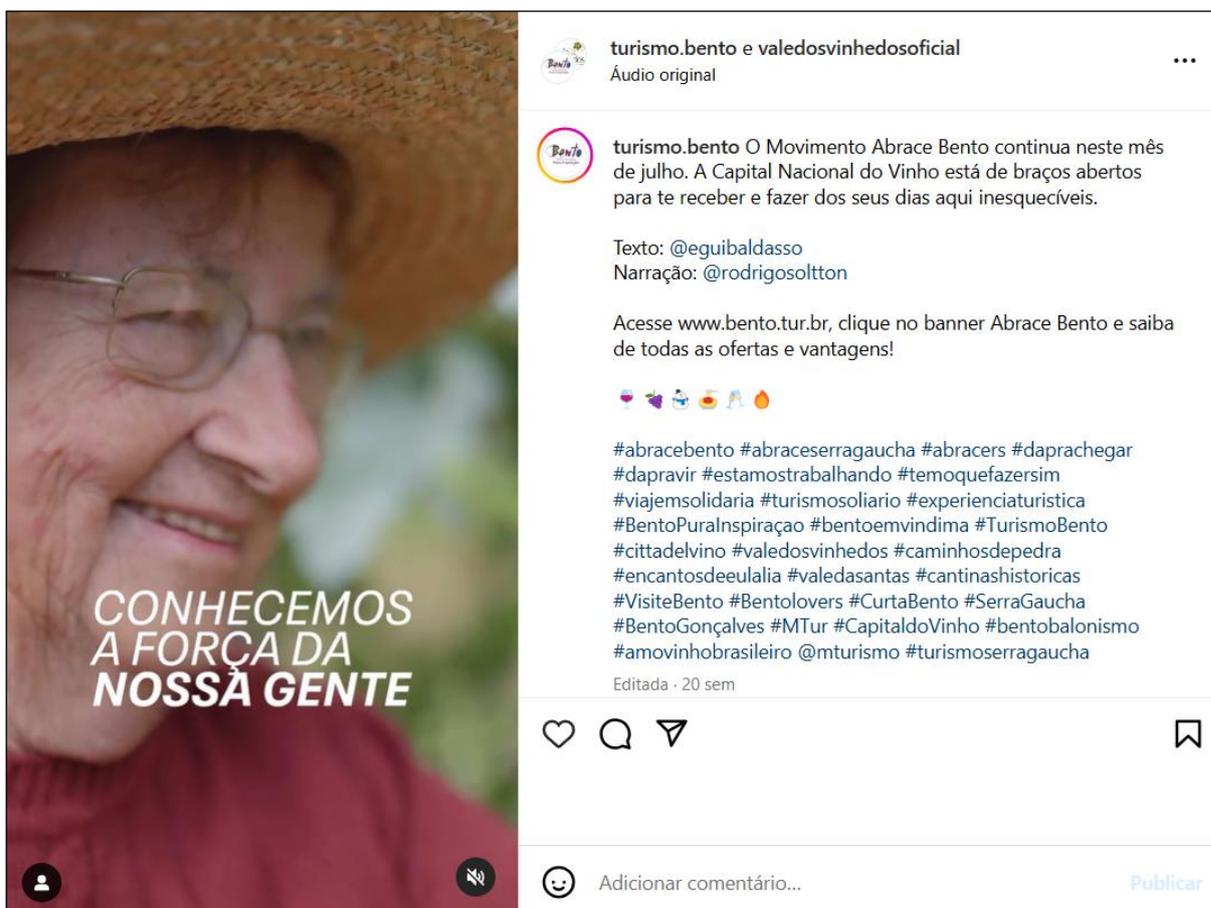
Comentários	<p>COMENTÁRIO 1: Sim!!!!</p> <p>COMENTÁRIO 2: Que bacana! Sou da Capela da Glória (vizinha ali de baixo) não sabia da origem do nome. Grazie mille 🙌 certamente um lugar abençoado, além de lindo</p>
--------------------	---

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

O post da Capela das Almas, apresentado em formato de foto, tem como objetivo divulgar informações e curiosidades sobre um atrativo turístico localizado no Vale dos Vinhedos, em Bento Gonçalves. A legenda é informativa e rica em detalhes, mencionando a inauguração da capela em 1927 e sua importância histórica, além de explicar a origem do nome da capela, que remete a um quadro trazido da Itália. Essa abordagem serve para ‘educar’ os seguidores sobre a relevância cultural do local e instiga a curiosidade e o interesse em visitá-lo. Apesar de ter apenas um comentário até o momento, o conteúdo parece ter potencial para gerar mais interações, especialmente considerando a beleza e a história envolvidas no conteúdo.

A ausência de *hashtags* no post pode limitar a visibilidade nas redes sociais, uma vez que elas são ferramentas essenciais para aumentar o alcance e conectar o conteúdo a usuários interessados em tópicos como turismo e cultura. No entanto, o único comentário registrado demonstra um engajamento positivo, onde o seguidor expressa surpresa e gratidão pela informação compartilhada, indicando que o post ressoou bem com pelo menos uma parte do público. Essa interação sugere que há um espaço para fomentar discussões sobre a capela e suas características entre os seguidores.

Figura 7 — Reels 'Movimento Abrece Bento'



Fonte: Print do post no Instagram de '@turismo.bento' (2024)³⁷.

O post da Figura 7, apresentado no formato de *reels*, promove a campanha "Movimento Abrece Bento", destacando a hospitalidade da Capital Nacional do Vinho e suas ofertas turísticas. A legenda, envolvente, convida os seguidores a conhecerem Bento Gonçalves, enfatizando a experiência única que a cidade pode proporcionar. A inclusão de emojis relacionados ao vinho e à gastronomia adiciona um toque visual que torna a mensagem mais atraente e acessível. Além disso, a chamada para ação, incentivando os usuários a visitarem o site para descobrir ofertas e vantagens, é uma estratégia eficaz para aumentar o engajamento e direcionar o tráfego na plataforma. O uso de narração e trilha sonora envolvente também contribui para personalizar a mensagem, tornando-a mais autêntica e conectada com o público.

³⁷ O conteúdo do post pode ser acessado no aplicativo do Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/C80EbQSPEEo/>>. Acesso em: 18 nov. 2024.

Quadro 24 — Matriz '@turismo.bento' III

Formato do post	<i>Reels</i>
Quantidade de comentários	15 comentários
Abordagem do post	Alusivo a campanha de abertura do movimento 'Abraça Bento'
Número de visualizações	25,8 mil visualizações
Legenda do post	<p>O Movimento Abraça Bento continua neste mês de julho. A Capital Nacional do Vinho está de braços abertos para te receber e fazer dos seus dias aqui inesquecíveis.</p> <p>Texto: @eguibaldasso Narração: @rodrigossoltton</p> <p>Acesse www.bento.tur.br, clique no banner Abraça Bento e saiba de todas as ofertas e vantagens!</p> <p></p>
Hashtags utilizadas	<p>#abraçabento #abraçeserragaucha #abraçers #daprachegar #dapravier #estamostrabalhando #temoquefazersim #viajemsolidaria #turismosoliario #experienciaturistica #BentoPuraInspiração #bentoemvindima #TurismoBento #cittadelvino #valedosvinhedos #caminhosdepedra #encantosdeeurolalia #valedasantas #cantinashistoricas #VisiteBento #Bentolovers #CurtaBento #SerraGaucha #BentoGonçalves #MTur #CapitaldoVinho #bentobalonismo #amovinhobrasileiro @mturismo #turismoserragaucha</p>
Comentários	<p>COMENTÁRIO 1 (perfil em colaboração @valedosvinhedosoficial): O Vale dos Vinhedos está de braços abertos e taças cheias para lhe receber </p> <p>COMENTÁRIO 2: Passei meus 15 dias nessa cidade maravilhosa um povo muito educado e trabalhador obrigado por nós acolher adoramos com certeza vamos voltar de novo em breve </p> <p>COMENTÁRIO 3: </p> <p>COMENTÁRIO 4: </p> <p>COMENTÁRIO 5: </p> <p>COMENTÁRIO 6: </p> <p>COMENTÁRIO 7: </p> <p>COMENTÁRIO 8: </p> <p>COMENTÁRIO 9: </p> <p>COMENTÁRIO 10: </p> <p>COMENTÁRIO 11: Vem pra Bento Gonçalves e Garibaldi </p>

	<p>COMENTÁRIO 12: 🍷 ❤️ 🍷 🍷</p> <p>COMENTÁRIO 13: ❤️ ❤️ 🍷 🍷</p> <p>COMENTÁRIO 14: [@perfil] daqui a pouco estaremos lá novamente! Pela 4ª vez!! 🍷 🍷</p> <p>COMENTÁRIO 15: Venham nos visitar @roteirocaminhosdepedra, estamos cheios de histórias para contar</p> <p>RESPOSTA: [@perfil] amanhã</p>
--	---

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

O post em formato de *reels*, destaca a hospitalidade da Capital Nacional do Vinho e convida os visitantes a explorarem as ofertas e experiências disponíveis na cidade. Com 25,8 mil visualizações e 15 comentários, o conteúdo demonstra um bom nível de engajamento, refletindo o interesse do público nas atividades promovidas. A legenda é clara e acolhedora, enfatizando que Bento Gonçalves está "de braços abertos" para receber turistas, o que cria uma sensação de calor humano e hospitalidade. O uso de emojis relacionados ao vinho e à gastronomia complementa a mensagem, tornando-a mais visualmente atraente e amigável.

Os comentários recebidos revelam um forte senso de comunidade entre os seguidores, com muitos expressando entusiasmo por visitar Bento Gonçalves e compartilhando experiências pessoais. A interação positiva sugere que o post informa e, de igual modo, fortalece laços sociais entre os moradores e visitantes. As *hashtags* utilizadas são amplas e estratégicas, ajudando a aumentar a visibilidade do post entre diferentes públicos interessados em turismo, cultura e experiências gastronômicas na região. Em linhas gerais, este post é um exemplo eficaz de como as redes sociais podem ser utilizadas para promover destinos turísticos de maneira criativa e engajadora, ao mesmo tempo em que reforçam a identidade cultural de Bento Gonçalves como um lugar acolhedor e cheio de experiências memoráveis.

6.2 ECOSSISTEMA-TURÍSTICO-COMUNICACIONAL DE NOVA PETRÓPOLIS/RS

A partir do que foi apresentado até aqui, vamos abarcar no ecossistema-turístico da cidade de Nova Petrópolis/RS, por meio do Instagram oficial da Secretaria

de Turismo do município. O perfil funciona como um vetor importante para propagação de informações turísticas e de seus atrativos ao longo do ano. A Figura 8 situa a primeira aproximação e diagnóstico multiterritorial com o perfil em análise no Instagram:

Figura 8 — Diagnóstico Multiterritorial '@novapetropolisturismo'



Fonte: Print do perfil do Instagram '@novapetropolisturismo' (2024).

O perfil intitulado '@novapetropolisturismo', conta com mais de 600 publicações — até o fechamento desta dissertação em novembro de 2024. O perfil foi criado, segundo informações do próprio perfil, em junho de 2019. Este, por sua vez, conta com mais de 33 mil seguidores e pouco mais de 50 que o próprio perfil segue. A 'bio' utiliza o escrito "Conheça Nova Petrópolis, a Terra mais Germânica da Serra Gaúcha", além de uma chamada para ação: "Clique e confira nosso site". Como link, o perfil se desdobra, conforme Figura 9, em duas opções:

Figura 9 — Links da bio ‘@novapetropolisturismo’



Fonte: Print do link da bio do perfil no Instagram de ‘@novapetropolisturismo’ (2024).

Conforme esmiuçado na Figura 9, os links se desdobram no acesso de duas páginas:

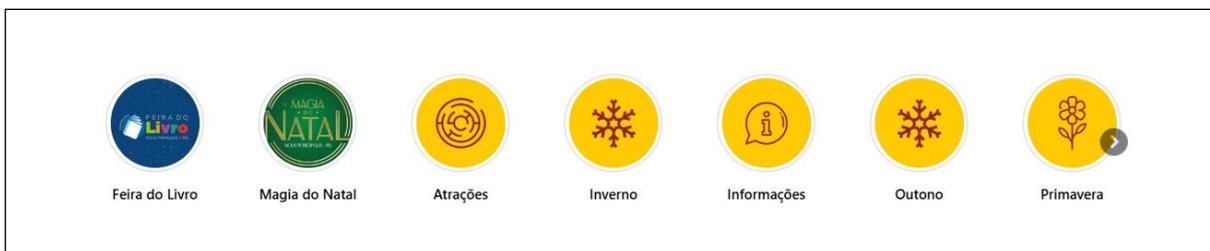
1) **‘Página da Secretaria de Turismo’**: redirecionamento ao site oficial dos atrativos turísticos do município, com informações de roteiros, gastronomia, hotelaria, eventos, dentre outras opções correlacionadas;

2) **‘Link para baixar selo Abrece NP’**: pasta na nuvem para baixar arquivos da campanha ‘Abrece Nova Petrópolis’, no intuito de divulgar a ação, que iniciou com um abraço coletivo, no “Dia do Abraço”, em de maio de 2024. A campanha foi desenvolvida de maneira colaborativa pela Prefeitura de Nova Petrópolis, por meio da Secretaria de Turismo e Comunicação, em parceria com o Conselho Municipal de Turismo, além de entidades e empresas locais. Entre as ações implementadas, destaca-se a divulgação de diversos conteúdos que enfatizam a segurança da cidade. Além disso, estão comunicadas as rotas de acesso à região, que foram adaptadas em resposta aos bloqueios de rodovias do estado³⁸. A ação é uma das medidas para estimular o turismo, após as enchentes que afetaram grande parte do estado do Rio Grande do Sul, no final de abril e maio de 2024³⁹.

³⁸ MAISNOVA. **Abraço coletivo marca o lançamento da campanha “Abrece Nova Petrópolis”**. Disponível em: <<https://www.maisnova.com.br/noticias/conta-ai/22-05-2024/abraco-coletivo-marca-o-lancamento-da-campanha-abrece-nova-petropolis>>. Acesso em: 18 nov. 2024.

³⁹ G1. **Um mês de enchentes no RS: veja cronologia do desastre que atingiu 471 cidades, matou mais de 170 pessoas e expulsou 600 mil de casa**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/05/29/um-mes-de-enchentes-no-rs-veja-cronologia-do-desastre.ghtml>>. Acesso em: 18 nov. 2024.

Figura 10 — Destaques no perfil '@novapetropolisturismo'



Fonte: Print dos destaques no Instagram de '@novapetropolisturismo' (2024).

Nos 'Destaques' do perfil, a partir da Figura 10, há 9 categorias elencadas, sendo elas — 2 delas não aparentes em decorrência do espaço de tela, que não permite todas as opções aparentes:

- 1) **Feira do Livro:** programação da feira do livro que ocorre ao longo do mês de novembro de 2024;
- 2) **Magia do Natal:** atrações que contam com uma extensão programação entre outubro de 2024 a janeiro de 2025, alusivas à época natalina;
- 3) **Atrações:** esse destaque perpassa por vários atrativos turísticos que o município oferece, trazendo informações e curiosidades sobre cada um;
- 4) **Inverno:** fotos de inverno do município, em que usuários marcam o perfil;
- 5) **Informações:** destaque a uma série 'você sabia', que tira algumas dúvidas dos usuários, bem como link para site oficial de fomento de turismo do município;
- 6) **Outono:** fotos e enquetes relacionadas à estação, de modo a fomentar a visita aos atrativos durante a estação;
- 7) **Primavera:** fotos e informações da estação, instigando a visita na 'estação das flores', com forte estética, visto que o município possui esse apelo;
- 8) **Como chegar:** direciona o usuário aos caminhos que conduzem para a chegada na cidade, transitando, principalmente, pela 'Rota Romântica', que se localiza entre a planície do Vale do Sinos até o Planalto da Serra Gaúcha, a 40 quilômetros de Porto Alegre/RS;
- 9) **Verão:** informações de estabelecimentos aberto no período do Natal e Ano Novo.

Em sintonia com o ecossistema de Bento Gonçalves, os conteúdos divulgados em cada destaque, de certo modo, não estão em constante atualização. Em alguns pontos, há conteúdos antigos e de baixa qualidade, compartilhados por seguidores e postos nos ‘Destques’. Esteticamente, contudo, o apelo criado propicia um perfil harmônico e que, em linhas gerais, precisa apenas de um maior fomento de conteúdo para ter mais aderência e relevância.

Com as bases apresentadas, foram definidos três posts como amostragem desse ecossistema, conforme modelo anterior. A Matriz Rizomática segue o desdobramento do que foi exposto no Quadro 21. Na Figura 11, é possível observar o primeiro post do ecossistema ‘@novapetropolisturismo’:

Figura 11 — Reels ‘Magia do Natal’



Fonte: Print do post no Instagram de ‘@novapetropolisturismo’ (2024)⁴⁰.

⁴⁰ O conteúdo do post pode ser acessado no aplicativo do Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/DBmpV0txugm/>>. Acesso em: 18 nov. 2024.

O post foi uma colaboração entre os perfis: @novapetropolisturismo, @gramadoconnect — perfil com mais de 430 mil seguidores, destinado a roteiros personalizados na Serra — e @magiaddonatalnp — perfil com mais de 5 mil seguidores, destinado ao evento de Natal de Nova Petrópolis. A partir do exposto, segue diagnóstico de matriz referente a publicação, conforme Quadro 25:

Quadro 25 — Matriz '@novapetropolisturismo' I

Formato do post	<i>Reels</i>
Quantidade de comentários	26 comentários
Abordagem do post	Alusivo às comemorações e atrativos turísticos do município para a época natalina
Número de visualizações	48,5 mil visualizações
Legenda do post	A Magia do Natal tomou conta do Jardim da Serra Gaúcha, Nova Petrópolis 🥰❤ neste dia 27 de outubro está acontecendo a abertura oficial do evento que vai até dia 05 de janeiro recheado de atrações gratuitas! Quem vem?
Hashtags utilizadas	Não foram utilizadas <i>hashtags</i> para este post
Comentários	<p>COMENTÁRIO 1: Onde encontro a programação de Natal de Nova Petrópolis?</p> <p>RESPOSTA: [@perfil] na página oficial 🥰 @magiaddonatalnp</p> <p>COMENTÁRIO 2: 🥰🥰</p> <p>RESPOSTA: [@perfil] Nova Petrópolis está linda demais né? 🥰❤️🌟🥰</p> <p>COMENTÁRIO 3: 🙌🙌🙌</p> <p>RESPOSTA: [@perfil] 🥰❤️🌟</p> <p>COMENTÁRIO 4: Aonde fica</p> <p>RESPOSTA: [@perfil] em Nova Petrópolis, na Praça das Flores, junto à Rua Coberta 🥰❤️🌟</p> <p>COMENTÁRIO 5: Lindo aí tbem</p> <p>RESPOSTA: [@perfil] demais, Solange 🥰❤️🌟</p> <p>COMENTÁRIO 6: 🙌🙌🙌🙌🙌🙌❤️</p> <p>RESPOSTA: [@perfil] 🥰🥰❤️❤️</p>

	<p>COMENTÁRIO 7 (perfil em colaboração @gramadoconnect): Compartilha esse vídeo com quem está vindo para Serra Gaúcha pra mostrar como Nova Petrópolis está linda 😍❤️✨</p> <p>COMENTÁRIO 8: Lindo demais 😍😍🤩</p> <p>COMENTÁRIO 9: 🙌🙌🙌❤️❤️❤️</p> <p>COMENTÁRIO 10: ❤️❤️❤️❤️</p> <p>COMENTÁRIO 11: Maravilhoso , Gramado é maravilhoso</p> <p>COMENTÁRIO 12: Alguém pode me informar se tem alguém que faz um passeio de um dia pra lá ?</p> <p>COMENTÁRIO 13: Vou com você [@perfil]</p> <p>COMENTÁRIO 14: Amo ❤️👉</p> <p>COMENTÁRIO 15: [@perfil]</p> <p>COMENTÁRIO 16: Que Lindo ❤️❤️❤️❤️</p> <p>COMENTÁRIO 17: Passei lá ontem, lindo 😍🙌🙌🙌</p> <p>COMENTÁRIO 18: Estamos chegando dia 24/12 ❤️👉👉</p> <p>COMENTÁRIO 19: Que lugar lindo 🙌🙌🙌🙌 e essa música ao fundo ficou top</p>
--	---

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

O post em formato de *reels*, que celebra a abertura do evento "A Magia do Natal" em Nova Petrópolis, demonstra uma estratégia eficaz de promoção turística ao destacar as festividades natalinas na região. Com 48,5 mil visualizações e 26 comentários, o conteúdo atraiu um bom nível de engajamento, refletindo o interesse dos seguidores nas atrações oferecidas. A legenda é envolvente e informativa, mencionando a data de início do evento sua duração, além de enfatizar que as atrações são gratuitas. O uso de emojis acrescenta um toque emocional à mensagem, criando uma conexão mais calorosa com o público. A pergunta retórica "Quem vem?" no final da legenda incentiva a interação dos seguidores, estimulando discussões sobre planos de visitaçào.

Embora o post não utilize *hashtags*, o engajamento nos comentários revela um forte senso de comunidade entre os seguidores. Muitos comentários expressam entusiasmo e fazem perguntas sobre a programação do evento, indicando que o post não apenas informa, mas também gera diálogos sobre experiências pessoais relacionadas a Nova Petrópolis. A resposta rápida e amigável do perfil às perguntas

dos usuários demonstra um bom atendimento ao público e pode incentivar mais interações futuras.

Figura 12 — Foto ‘Festival de Primavera’



Fonte: Print do post no Instagram de ‘@novapetropolisturismo’ (2024)⁴¹.

O post ilustrado na Figura 12, que promove o Festival da Primavera em Nova Petrópolis, é uma excelente representação de como eventos locais podem ser divulgados de maneira envolvente e informativa. A partir do exposto, segue diagnóstico aprofundado de matriz referente a publicação, conforme Quadro 26:

Quadro 26 — Matriz ‘@novapetropolisturismo’ II

Formato do post	Foto
Quantidade de comentários	1 comentário

⁴¹ O conteúdo do post pode ser acessado no aplicativo do Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C_gJM1oRvdq/>. Acesso em: 18 nov. 2024.

Abordagem do post	Convite aos turistas para conhecer o Festival de Primavera do município
Número de curtidas	160 curtidas
Legenda do post	<p>Venha celebrar o Festival da Primavera, que começa nesta sexta-feira, dia 06 de setembro! A Rua Coberta se transforma em uma feira de jardinagem e artesanato, mostrando por que Nova Petrópolis é conhecida como o Jardim da Serra Gaúcha.</p> <p style="text-align: center;">🌸 O que você pode esperar? Exposição e venda de flores Atividades educativas sobre abelhas sem ferrão Apresentações musicais e peças de teatro Caminhada para contemplar a beleza da cidade</p> <p style="text-align: center;">Junte-se a nós na Praça das Flores e aproveite o festival mais florido de Nova Petrópolis 🌸🌿🌻 Esperamos por você!</p>
Hashtags utilizadas	Não foram utilizadas <i>hashtags</i> para este post
Comentários	<p>COMENTÁRIO 1: Alguém pode me dizer como é o comércio de plantas e flores em Nova Petrópolis? Existem lojas nesse segmento?</p> <p>RESPOSTA: [@perfil] Os expositores que estão no evento são da cidade, venha visitar o evento, lá você poderá apreciar muitas opções de folhagens e flores</p>

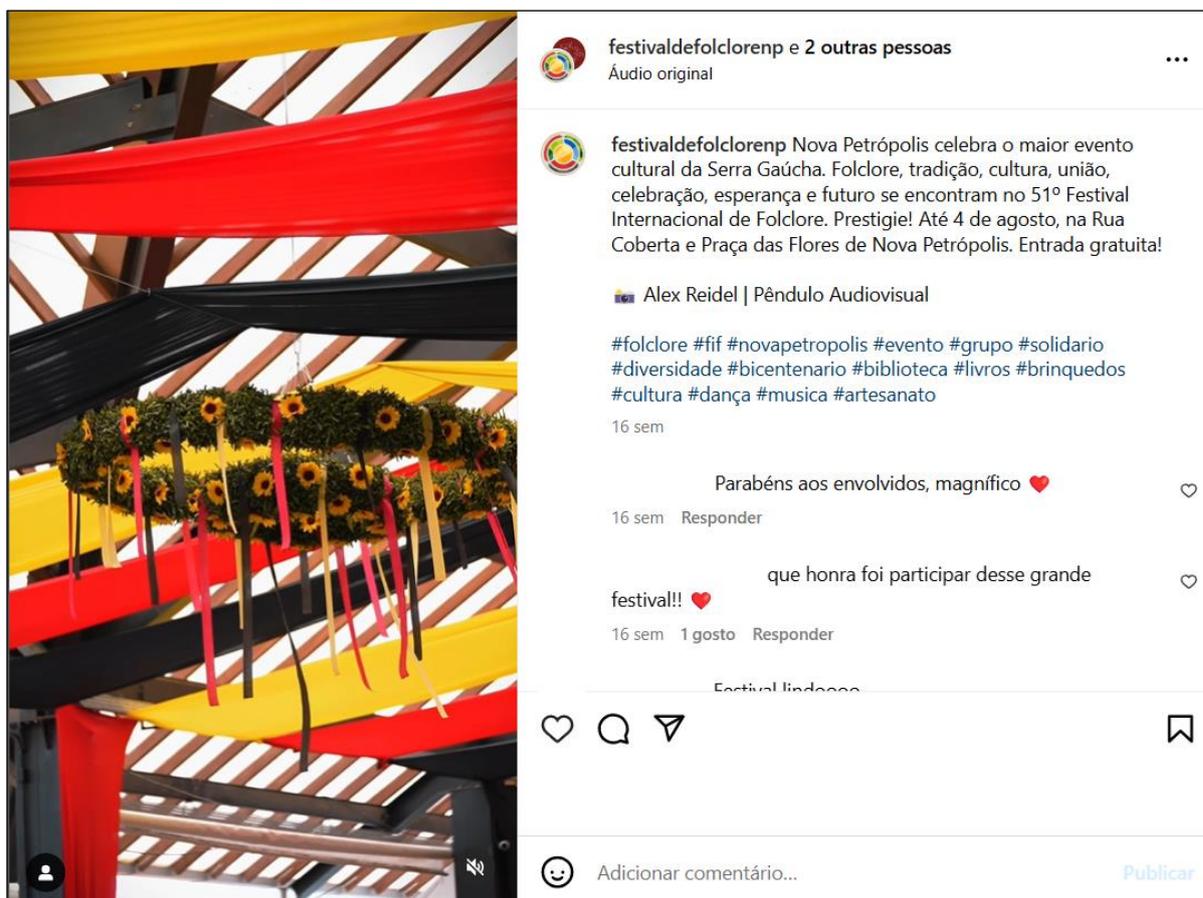
Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

Conforme o Quadro 26, o post convida os turistas a conhecerem o Festival da Primavera em Nova Petrópolis, sendo uma estratégia eficaz de promoção do evento, destacando a transformação da Rua Coberta em uma feira de jardinagem e artesanato. A legenda é clara e informativa, apresentando as datas do festival e uma descrição detalhada das atividades, como exposições de flores, atividades educativas sobre abelhas sem ferrão, apresentações musicais e caminhadas para contemplar a beleza da cidade. O uso de emojis enriquece a mensagem, transmitindo um tom alegre e festivo que se alinha ao tema do evento. Essa abordagem não apenas informa os seguidores sobre o que está por vir, mas também cria uma expectativa positiva, incentivando a participação.

Embora o post tenha apenas um comentário até o momento, a interação sugere que os seguidores estão interessados em saber mais sobre o comércio de

plantas e flores na região. A resposta do perfil à pergunta demonstra um bom atendimento ao público e pode estimular mais interações futuras. A ausência de hashtags pode limitar a visibilidade do post nas redes sociais, já que elas são ferramentas importantes para alcançar um público mais amplo. No entanto, a clareza e o entusiasmo na comunicação podem atrair aqueles que já estão familiarizados com o evento ou com a cidade. Em linhas gerais, este post é um exemplo eficaz de como promover eventos culturais e turísticos de forma envolvente e informativa, contribuindo para fortalecer a identidade de Nova Petrópolis como um destino culturalmente robusto.

Figura 13 — Reels ‘Festival Internacional do Folclore’



Fonte: Print do post no Instagram de '@novapetropolisturismo' (2024)⁴².

⁴² O conteúdo do post pode ser acessado no aplicativo do Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/C-AvrPHRKVt/>>. Acesso em: 18 nov. 2024.

A Figura 13 apresenta o post em uma colaboração entre os perfis: @novapetropolisturismo, @festivaldefolclorenp — perfil com mais de 8 mil seguidores, dedicado ao Festival de Folclore de Nova Petrópolis — e @agdfanp — perfil da Associação dos Grupos de Danças Folclóricas Alemãs, com mais de mil seguidores. No Quadro 27, é possível visualizar o diagnóstico aprofundado de matriz referente a publicação.

Quadro 27 — Matriz '@novapetropolisturismo' III

Formato do post	Reels
Quantidade de comentários	6 comentários
Abordagem do post	Convite aos turistas para conhecer o Festival Internacional do Folclore
Número de visualizações	7.885 visualizações
Legenda do post	Nova Petrópolis celebra o maior evento cultural da Serra Gaúcha. Folclore, tradição, cultura, união, celebração, esperança e futuro se encontram no 51º Festival Internacional de Folclore. Prestígio! Até 4 de agosto, na Rua Coberta e Praça das Flores de Nova Petrópolis. Entrada gratuita! 👤 Alex Reidel Pêndulo Audiovisual
Hashtags utilizadas	#folclore #fif #novapetropolis #evento #grupo #solidario #diversidade #bicentenario #biblioteca #livros #brinquedos #cultura #dança #musica #artesanato
Comentários	COMENTÁRIO 1: Parabéns aos envolvidos, magnífico ❤️ COMENTÁRIO 2: que honra foi participar desse grande festival!! ❤️ COMENTÁRIO 3: Festival lindoooo COMENTÁRIO 4: Vida longa ao Festival 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌 COMENTÁRIO 5: Festival é vida!!!! ❤️ ❤️ ❤️ COMENTÁRIO 6: ❤️ ❤️ ❤️ ❤️ ❤️

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

O post em formato de *reels*, promovendo o 51º Festival Internacional de Folclore em Nova Petrópolis, é uma estratégia eficaz para atrair turistas ao evento cultural mais significativo da Serra Gaúcha. A legenda destaca a riqueza do festival, mencionando palavras-chave como "folclore", "tradição" e "cultura", que evocam um

forte senso de identidade cultural e pertencimento. Com um convite claro para prestigiar, a mensagem é direta e informativa, facilitando que os seguidores entendam a importância e a duração do festival. O uso de emojis, como corações e flores, complementa a comunicação, adicionando um tom caloroso e festivo que ressoa bem com o público.

Com 6 comentários, o post demonstra um bom nível de engajamento, refletindo o entusiasmo da comunidade em relação ao festival. Os comentários são predominantemente positivos, expressando apoio e celebração do evento, o que indica que os seguidores se sentem conectados à proposta cultural. As *hashtags* utilizadas são estratégicas para aumentar a visibilidade do post entre usuários interessados em cultura e turismo. Em suma, o conteúdo é um exemplo eficaz de promoção cultural que combina informações práticas com um tom acolhedor, contribuindo para reforçar a identidade de Nova Petrópolis como um destino vibrante durante as festividades.

6.3 INFERÊNCIAS NO AMBIENTE MULTITERRITORIAL

Ao analisar os perfis turísticos de Bento Gonçalves e Nova Petrópolis no Instagram, observamos tanto semelhanças quanto diferenças em suas abordagens e conteúdos, refletindo as características únicas de cada destino. Ambos os perfis têm como objetivo promover o turismo em suas respectivas cidades, utilizando imagens atraentes e narrativas envolventes para destacar suas atrações, cultura e experiências. O perfil de Bento Gonçalves, por exemplo, frequentemente foca no enoturismo, apresentando vinícolas, degustações de vinho e eventos relacionados à cultura do vinho e aposta no seu calendário de eventos ao longo do ano. Essa abordagem é apoiada por dados que mostram que o turismo vitivinícola é uma das principais atrações da região, contribuindo significativamente para a economia local. No total geral estatístico, o perfil '@turismo.bento' conta com quase 500 mil curtidas em suas publicações e cerca de 8,4 mil comentários.

Em contraponto, o perfil de Nova Petrópolis adota uma abordagem mais diversificada, explorando não apenas as belezas naturais da região, mas também a herança cultural germânica. O perfil frequentemente destaca festivais e tradições

locais, que atraem turistas interessados na cultura e na gastronomia da cidade. Essa diversidade é refletida nas interações dos seguidores, que comentam sobre experiências pessoais e compartilham dicas relacionadas à cultura local. No total geral estatístico, o perfil '@novapetropolisturismo' conta com mais de 600 mil curtidas em suas publicações e cerca de 10,5 mil comentários.

Embora ambos os perfis incentivem comentários e compartilhamentos, o perfil de Nova Petrópolis tensiona melhor o uso de enquetes e chamadas para a ação sobre eventos culturais, enquanto o perfil de Bento Gonçalves tende a focar em recomendações específicas de seu calendário. O panorama pode ser mais bem observado a partir da exposição no Quadro 28.

Quadro 28 — Comparação de ecossistemas-turísticos

Aspecto	Ecossistema	
	Bento Gonçalves	Nova Petrópolis
Objetivo do perfil	Promover o enoturismo e experiências relacionadas ao vinho e festividades natalinas	Promover a cultura germânica e as belezas naturais da região, bem como eventos correntes no ano
Tipo de conteúdo	Foco em vinícolas, degustações de vinho e eventos relacionados	Destaque para festivais, tradições culturais e paisagens
Formato de postagens	Predominância de fotos e <i>reels</i> , com forte apelo visual	Variedade entre fotos, vídeos e <i>stories</i> , com ênfase em eventos
Engajamento	Alto número de comentários em postagens sobre viticultura (ex: até 70 comentários)	Engajamento moderado, com interações em torno de tradições culturais (ex: até 50 comentários)
Hashtags utilizadas	<i>Hashtags</i> relacionadas ao enoturismo e à gastronomia	<i>Hashtags</i> que enfatizam cultura e turismo
Interação com seguidores	Incentiva perguntas sobre experiências com vinhos e recomendações	Utiliza enquetes e perguntas sobre eventos culturais para engajar o público

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

Em termos de engajamento, ambos os perfis apresentam um número considerável de interações. O perfil de Bento Gonçalves pode ter postagens com até 70 comentários em publicações sobre vinhos, enquanto Nova Petrópolis pode gerar discussões em torno de suas tradições culturais. Essa análise revela como cada perfil

não apenas promove suas respectivas cidades, mas também se adapta às preferências do público-alvo. A utilização estratégica de *hashtags* relevantes e a escolha cuidadosa dos formatos das postagens (como fotos e vídeos) também desempenham um papel fundamental na maximização do alcance e na promoção do engajamento com os usuários.

De modo a complementar a análise sobre os ecossistemas, o Quadro 29 apresenta as *hashtags* mais utilizadas nas últimas 100 publicações do perfil '@bento.turismo'.

Quadro 29 — *Hashtags* mais utilizadas nos ecossistemas-turísticos

	Ecossistema	
	Bento Gonçalves (@bento.turismo)	Nova Petrópolis (@novapetropolisturismo)
Hashtags	<ol style="list-style-type: none"> 1. Natal 2. Bento 3. programação 4. Acesse 5. Abertura 6. bento.tur.br 7. atrações 8. Cidade 9. Noite 10. apresentações 	<ol style="list-style-type: none"> 1. serragaucha 2. novapetropolis 3. rotaromantica 4. cerveja 5. natal2024 6. programacaodenatalcomcriancas 7. programacaodenatal 8. natalnaserragaucha 9. natal 10. magiaddonatalnp

Fonte: Organizado pelo autor e criado a partir de mecanismo de análise de perfis Inflact (2024)⁴³.

A análise das *hashtags* mais utilizadas nos perfis do Instagram de Bento Gonçalves (@bento.turismo) e Nova Petrópolis (@novapetropolisturismo) nas últimas 100 publicações revela estratégias distintas de promoção e engajamento com o público. No perfil de Bento Gonçalves, as *hashtags* mais frequentes incluem #Natal,

⁴³ A análise completa e detalhada pode ser observada por meio de acesso disponível em: <https://inflact.com/tools/profile-analyzer/?profile=turismo.bento> e <https://inflact.com/tools/profile-analyzer/?profile=novapetropolisturismo>. Acesso em: 18 nov. 2024.

#Bento, e #programação, que destacam a importância das festividades natalinas e eventos programados na cidade. Essas *tags* não apenas informam sobre as atrações, mas também reforçam a identidade da cidade como um destino turístico durante a época do Natal. A presença de *hashtags* como #atrções e #apresentações sugere um foco em atividades específicas, atraindo visitantes interessados em experiências culturais e eventos ao vivo.

Por outro lado, o perfil de Nova Petrópolis utiliza *hashtags* como #serragaucha, #novapetropolis, e #rotaromantica, que enfatizam a localização geográfica e a beleza natural da região. A menção a eventos específicos, como #natal2024 e #magiadonaalnp, indica um esforço para promover as festividades de Natal de forma mais direcionada, atraindo tanto turistas quanto moradores locais. As *hashtags* relacionadas à cultura, como #cerveja e #programacaodenatalcomcriancas, ampliam o apelo do conteúdo, sugerindo que o festival é uma experiência familiar. Em linhas gerais, enquanto Bento Gonçalves foca na promoção de eventos específicos e na celebração do Natal, Nova Petrópolis destaca sua identidade cultural e suas belezas naturais, utilizando *hashtags* para engajar diferentes segmentos do público turístico. Essa análise evidencia como as *tags* funcionam como ferramentas estratégicas para aumentar a visibilidade e o engajamento nas redes sociais, refletindo as prioridades e características únicas de cada município.

Essas dinâmicas são fundamentais para entender como os ecossistemas-turístico-comunicacionais operam nas redes sociais, principalmente no Instagram. Ao compartilhar experiências visuais e narrativas culturais, tanto Bento Gonçalves quanto Nova Petrópolis criam comunidades em torno do turismo, permitindo que os usuários se conectem não apenas com os destinos, mas também entre si. Essa interatividade é um componente essencial na construção da identidade turística de cada cidade e no fortalecimento da imagem de seus atrativos no ciberespaço.

Diante desse cenário e da análise proposta ao longo desta investigação, podem ser estabelecidos tanto 'desafios' quanto 'oportunidades' que podem ser elencadas dentro do Instagram, conforme o Quadro 30.

Quadro 30 — Desafios e oportunidades no Instagram

Desafios		Oportunidades
Tópico	Descritivo	Descritivo
Mudança rápida nas redes sociais	As redes sociais estão em constante transformação, exigindo que usuários se adaptem rapidamente às novas funcionalidades e tendências	A evolução contínua das plataformas oferece oportunidades para inovação no conteúdo, permitindo que os perfis turísticos explorem novas formas de engajamento, como <i>reels</i> e <i>stories</i> , para atrair e reter a atenção do público
Privacidade dos Usuários	A coleta de dados sobre interações nas redes sociais deve ser feita respeitando a privacidade dos usuários. Isso limita o acesso a informações completas sobre comportamentos e preferências	Os perfis turísticos podem utilizar dados de forma ética para criar campanhas mais personalizadas e direcionadas, aumentando a relevância do conteúdo e melhorando a experiência do usuário
Autenticidade versus Comercialização	Existe um dilema entre manter uma imagem autêntica enquanto se busca monetizar o conteúdo. Os seguidores podem perceber quando um usuário está promovendo produtos apenas por dinheiro, o que pode prejudicar a confiança.	Ao promover experiências autênticas e locais, os perfis voltados ao turismo podem construir uma conexão genuína com os seguidores, utilizando influenciadores locais para reforçar a credibilidade e a autenticidade das mensagens
Crescimento do Turismo Virtual	O aumento das experiências digitais oferece novas oportunidades para engajar turistas potenciais antes da visita física. As empresas podem criar tours virtuais ou experiências interativas que incentivem visitas futuras.	As plataformas de mídia social podem ser utilizadas para promover experiências virtuais que destacam as atrações locais, permitindo que os turistas se conectem com os destinos antes de visitá-los fisicamente
Adoção de Novas Tecnologias	O uso de tecnologias emergentes, como realidade aumentada (AR) e inteligência artificial (IA), pode enriquecer a experiência do usuário nas redes sociais e proporcionar novas formas de interação.	A implementação de AR em postagens pode oferecer aos usuários uma maneira interativa de explorar os destinos turísticos, como visualizar informações sobre atrações diretamente em suas câmeras ou smartphones.

<p>Aumento da Consciência sobre Sustentabilidade</p>	<p>Com o crescente interesse por práticas sustentáveis, empresas têm a oportunidade de promover destinos que adotam iniciativas ecológicas, atraindo turistas conscientes.</p>	<p>As marcas e perfis turísticos podem destacar suas práticas sustentáveis em suas campanhas de marketing nas redes sociais, atraindo um público mais engajado e consciente que valoriza o turismo responsável e as iniciativas ecológicas em suas viagens.</p>
---	--	---

Fonte: Organizado pelo autor e inspirado a partir das Matrizes Rizomáticas de Baptista (2024).

Em síntese, ao navegar pelos desafios mencionados e explorar as oportunidades disponíveis, perfis turísticos no Instagram podem fortalecer sua presença online e aumentar o interesse pelos destinos promovidos. A análise do Quadro 30 destaca a importância de uma abordagem estratégica que considere tanto as dificuldades quanto as possibilidades criadas pelo ambiente digital em constante mudança.

O ecossistema-turístico-comunicacional proposto, nesse sentido, emerge como uma abordagem inovadora para entender a intersecção entre Turismo e Comunicação, especialmente no contexto das redes sociais. Este ecossistema é caracterizado pela interação dinâmica entre os conectados na rede social, neste caso, o Instagram. Na pesquisa apresentada, sob o aspecto da Matriz Rizomática como mapa orientativo, podemos destacar a importância de compreender como as narrativas são construídas e compartilhadas nas redes sociais, refletindo não apenas as experiências individuais dos viajantes, mas também as influências culturais e sociais que moldam essas experiências. Assim, o ecossistema se torna um espaço onde as vivências são coletivamente narradas e reinterpretadas, criando um vasto tecido de significados que vai além do viés sintético, mas de construção de narrativas que extrapolam a tela.

7 O ECO DA VIAGEM

“O viajante vê o que vê, o turista vê o que ele veio ver.”

Gilbert Keith Chesterton

Toda trama tem seu fim. Será mesmo? Como forma de tecer considerações deste estudo, é importante retomarmos o escopo que orienta toda esta investigação. Afinal, qual é o ‘eco’ das entrelinhas, como som aludido que se reproduz e reverbera? A partir do foco, poderemos desdobrar pontos importantes e que servem de apoio para demais encaminhamentos e articulações. O problema de pesquisa proposto é: **quais são os sinalizadores dos processos de virtualização de ecossistemas-turístico-comunicacionais, considerados a partir da experiência multiterritorial das redes sociais e foco empírico no Instagram?**

Com o panorama apresentado, vale retomar o objetivo geral do estudo que é: **cartografar processos de virtualização de ecossistemas-turístico-comunicacionais, considerando a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram.** Por consequência, os objetivos específicos se desdobram da seguinte forma: **a) conceituar processos de virtualidade; b) caracterizar ecossistemas-turístico-comunicacionais; c) cartografar a experiência multiterritorial pelas redes sociais, com foco empírico no Instagram; d) relacionar virtualidade e turismo, a partir de uma visão de dois ecossistemas-turístico-comunicacionais.**

Ao elaborar uma cartografia ecossistêmica-turístico-comunicacional aplicada às plataformas digitais, com foco empírico no Instagram, um dos primeiros sinalizadores possíveis é a ideia de que as redes sociais adotam uma **dinâmica multiterritorial própria**. Ela — a rede — se alimenta/retroalimenta e é potencializada no intercâmbio com seus usuários. Na era digital, o virtual de Lévy (1996) se configura pela onda de atualizações, que ocorrem em conexões fluidas/líquidas, assim como a fragilidade das relações sociais estabelecidas, a luz do que esclarece Bauman (2001).

Isso significa que a interlocução dos sujeitos, em termos de rede — social — se dá de modo rápido, fugaz e geralmente mutável.

Apesar de estarmos imersos na ambiência do ciberespaço, não podemos desconsiderar a onda do algoritmo, que sugere atualizações que corroboram nosso modo de pensar e agir — ou seria, induzir? A vivência em bolha (Pariser, 2012) e todo o processo de ‘estar conectado’ e, ao mesmo tempo, ‘enclausurado’, nos torna meros reféns de uma atualização nos modos de operação no poder da sociedade capitalista ocidentalizada. Sob a ótica apresentada, ficamos à mercê de um produto — digitalizado —, muito mais rápido em seu comando de controle e resposta. Percebe-se, então, que o movimento da cibercultura se modela a partir de fundamentos já estabelecidos pelo sistema e modos de produção vigentes — fora das telas.

A interatividade, apesar de premissa do que se entende por rede social, torna-se subproduto mensurável e ‘vendável’. Nesse viés, a concepção de tribo Maffesoli (1998), se percebe em uma atualização potencializada, que se desterritorializa junto ao seu processo de virtualização das relações sociais. Ao passo que a noção de pertença ainda é latente, ela se afasta à medida que coexiste uma relação de multiterritório como palco de representação, hiper-real e simulado (Baudrillard, 1991). A ambiência como vetor da tecnologia, neste caso, permite aproximar novas tendências e emergências sociais virtualizadas e alterar a percepção do que se entende por estrutura social. Há, de certo modo, uma fragmentação dos novos movimentos das redes sociais em sua complexidade (Augé, 1998).

Um outro sinalizador importante, é o de que o Instagram, como plataforma, deixa claro o apelo imagético pelo ‘senso de novidade’, que vem ao encontro, também, do desafio de criar narrativas. De forma velada, é preciso pensar na produção e reprodução massiva e constante para que o algoritmo amplie a entrega de conteúdo nas redes. Nesse sentido, a interação nas ‘bolhas digitais’ ficou, aparentemente, em segundo plano, sendo ofuscada pelo fenômeno do conteúdo. Na era das redes, ser criador de conteúdo não é meramente um papel do profissional da comunicação, bem como criar um roteiro de experiência turística afastou-se, em certa altura, da figura do guia de turismo. Todos ‘sabem tudo’, distribuídos em suas tribos e fortalecidos em

‘identidades digitais’ ou, até mesmo diria, atravessados por ‘identidades’ em formato de toques em tela *touch* e comando de voz.

A partir desse panorama, o estudo se debruça, em uma dupla coleta de dados, no foco reflexivo de análise, por meio das *tags*: Viagem; Turismo e Turismo Virtual, no Instagram. Nesse ponto, percebe-se uma potencialização de normativa no sentido do que se concebe por território — em sua materialidade — para multiterritório, em uma forma diversa e ampla de responder às novas demandas de rede em junção ao que se concebe por Turismo. Nesses atravessamentos, um ponto de inflexão possível é a linha tênue entre público e privado. Ao passo que o ‘jogo’ da interação nas redes abre margem para que os usuários queiram compartilhar cada vez mais sobre sua vida, o espaço privado perde certa autonomia e vice-versa. A virtualização e seu aspecto ambivalente — de ser/estar, mostrar/esconder, entrar/sair — é uma dinâmica em plena ebulição e que perfaz o caminho da sociedade tradicional, como esmiuçado em capítulos anteriores.

Para além dessa percepção inicial, os sinalizadores dos processos de virtualização de ecossistemas-turístico-comunicacionais, com foco nas experiências multiterritoriais dos perfis analisados, de Bento Gonçalves e Nova Petrópolis, podem ser identificados em várias dimensões que refletem a dinâmica contemporânea do turismo em sua potencial virtualidade. A partir da análise das *hashtags* e dos perfis de Instagram, é possível destacar alguns pontos-chave sinalizadores.

Primeiramente, a **diversificação de formatos de conteúdo** é um sinalizador importante. O uso de diferentes formatos, como *reels* e *stories*, permite que os perfis turísticos explorem narrativas visuais ricas e atraentes. Essa variedade não só enriquece a experiência do usuário, mas também facilita a conexão emocional com os destinos. Autores como Lévy (1996; 2000; 2003) discutem a virtualização como um processo que abre espaço para novas formas de interação e representação, o que se reflete na maneira como as experiências turísticas são compartilhadas nas redes sociais. A **utilização de *hashtags* específicas relacionadas ao turismo**, serve como um dispositivo para categorizar e ampliar o alcance das publicações, conectando usuários com interesses semelhantes e criando comunidades em torno de experiências compartilhadas.

Outro sinalizador relevante é a **interatividade** proporcionada pelas plataformas sociais. As interações nos comentários permitem que os usuários compartilhem suas próprias experiências e dúvidas, promovendo uma sensação de pertencimento e comunidade. A presença de replicadores de conteúdo, ou seja, seguidores que publicam e marcam o perfil, acaba por gerar promotores de destinos turísticos, destacando a importância da **autenticidade nas comunicações**. Essa autenticidade é fundamental para construir confiança e engajamento em um ambiente saturado de informações. Autores como Castells (2005) ressaltam que as redes sociais são espaços onde a identidade é construída por meio da interação social, o que se manifesta na forma como os seguidores reagem ao conteúdo postado.

Para além desse arredor, o aumento da **consciência sobre sustentabilidade** entre os usuários das redes sociais abre oportunidades para que os destinos turísticos promovam suas iniciativas ecológicas, atraindo turistas conscientes que valorizam práticas responsáveis. Essa tendência está alinhada com as discussões contemporâneas sobre turismo sustentável e a necessidade de promover práticas que respeitem o meio ambiente e as comunidades locais. Em todo esse processo cartográfico, os processos de virtualização nos ecossistemas-turístico-comunicacionais são sinalizados por uma combinação de inovação tecnológica, interatividade social e uma busca por experiências autênticas.

Sob essa percepção, é inegável que as redes sociais propiciam um campo aberto a novas construções e formas de saber, conhecer e vivenciar. Penso que o ato da viagem ocorre nos entremeios, nos vínculos convencionados entre os viajantes e na troca de experiências vivenciadas a todo instante. Nessa perspectiva, retomo o 'eco', como sonoridade repetida, em perspectiva ampla, que também se reproduz no afeto, na condição de biologia humana, na amorosidade de seus entrelaçamentos, a partir do que Baptista (2014; 2015; 2018; 2019; 2023) propõe. É preciso, em certa medida, afastar o conceito de 'homem-máquina', para 'homem-humano', em sua premissa de assim ser. Afinal, pensar em diferentes atores, é refletir sobre como as horizontalidades podem contribuir para o todo de um ecossistema.

Em uma concepção holística, a estrutura social desterritorializante, concebida pela aproximação com a virtualidade, se configura como sinalizador de um novo conceito. A dinâmica de pensar e repensar a viagem e o modo processual e mecânico

de desbravar um território, são importantes vertentes para a reflexão de novos caminhos. As infinitas possibilidades de se conectar e estabelecer vínculos, perpassa pelo viés da experiência, que pode gerar acionamentos diversos. Aplicado ao vértice do Turismo, tudo se interliga, se conecta e se potencializa.

A partir do exposto, a relação de Turismo e Virtual perpassa por uma reconfiguração do espaço-temporal, no sentido de compreender que a tecnologia não é um meio, mas uma ambiência para novos caminhos. De igual modo, é relacional, pois se trata de uma forma de construir uma nova possibilidade ao turista, que vive a experiência de viver a viagem e, conseqüentemente, a desterritorialização desse processo. Essa reconfiguração de relações e de identidade aproxima a uma nova compreensão de lugar, fazendo da mobilidade um construto que exerce novas interações na dinâmica e nos limites geográficos tradicionais (Haesbaert, 2004). A conectividade, nesse sentido, exerce papel fundamental para transpor barreiras e conceber novos roteiros.

O ecossistema-turístico-virtual engendrado aos multiterritórios também é percebido como ferramenta — quando se navega, se percorre, se faz existir. Nesse sentido, a virtualidade é vista como uma potência de pensar um novo Turismo, como caminho, concepção e prática, dentro e fora da tela. O virtual atualizado como processo de concepção de uma realidade potencial. As tecnologias imersivas, por exemplo, são formas de encarar novos destinos e corroborar com a forma de enxergar o ambiente que nos cerca. Nesse sentido, os ecossistemas-turístico-comunicacionais emergem com um novo paradigma: o da massificação da informação e de exacerbada opção de plataformas — tela sobre tela. A atenção, pelo que se nota, se concentra na percepção de escassez do tempo, bem como sua aceleração em demasia.

O Turismo Virtual se engendra com o Turismo, em síntese, em uma espécie de acoplamento. Ambos fazem parte de uma realidade sobreposta. Por aqui, mantém-se o termo virtual atado ao Turismo, no sentido de potência e atualização — uma espécie de ‘usina de produção’ em constante movimento, parafraseando Baptista (2014; 2023), em seus estudos sobre estratégias metodológicas e caminhos de pensar a Ciência. Essa mesma Ciência que pode ser encarada, ainda segundo a autora, como uma trama de saberes em ebulição, como pressuposto ecossistêmico complexo holístico na construção de um mundo novo possível — que pode ser

encarado como potente sinalizador na nova concepção e caminhos do Turismo aqui propostos.

Nessa conjuntura de autoprodução, volto com Maturana (1989) e Guattari (1992) para refletir sobre a reinvenção desse Turismo que se faz/refaz a todo instante. Em seu processo de desterritorialização/reterritorialização, nossos arredores são sedimentados e fazem parte da construção subjetiva e entrecruzamento de diferentes dinâmicas. Aparentemente, os ecossistemas se adaptam a um novo cenário proposto. E, então, me pergunto: quem disse que isso não é uma viagem? O Turismo que se virtualiza é o Turismo que se desenvolve em diferentes proposições ecossistêmicas-turístico-comunicacionais e que converge com o repensar lugares e sujeitos. O turista se desloca *in loco* se acopla ao turista que transversaliza em um simulacro social em torno da rede social.

Em meus arredores, como estudante e pesquisador, devo dizer que encontro eco e ressonância na junção de Turismo e Comunicação como balizadores que necessitam de uma rota alterativa no que se refere à virtualização. A experiência multiterritorial estabelece um entrelaçamento imponente. Na atual conjuntura social, são muitos os acionamentos em cadeia — diria que estamos ‘viajando’ o tempo todo, imersos em nossos próprios ecossistemas, em sinergia com proposições distintas — fadados, por muitas vezes, ao vetor algorítmico. Essa nova ambiência e dinâmica própria das redes sociais, vinculadas neste estudo ao Instagram, propõe um esvaziamento. À medida que imergimos no que é ofertado, nas configurações e convenções sociais propostas, penso: qual será o próximo capítulo?

Ao passo que a adoção de novas tecnologias é uma realidade, como observou-se ao longo do *corpus* deste estudo, é necessário também ater-se a importância da consciência social e de se obter um olhar ambivalente quanto à construção de sentido nas redes. A subjetividade e o foco na produção por produção mascaram a falta de autenticidade. O Instagram é alimentado ou nos retroalimentamos dele? Esse acionamento constante abre caminhos tênues que devem ser considerados quando abarcamos todo o engendramento de um ecossistema. Em perspectiva potencializada, o ‘vir a ser’ de Lévy (2000), remedeia nossa forma de pensar e aguçar o senso crítico em relação à virtualização das

relações — principalmente em um pensar Turismo que é multifacetado e sujeito a atualizações.

Em um universo dominado pelo excesso maquínico, pensar em um Turismo que possa ser encarado pela transversalização humana, de cuidado, ética e amorosa é uma premissa que precisa ser aproximada. O equilíbrio, como apontado no acionamento de autores como Baptista (2023), Guattari (2001) e Naess (1989), nos canaliza para uma reflexão profunda de compreensão da vida em sua proposição holística. Nesse sentido, o fractal da vida, em que cada parte compreende e corresponde ao todo — o ecossistema em sua constante transmutação, a desterritorialização e reterritorialização, os vários atores, as formas e direções, a ambiência, o Turismo, a Virtualização, as redes, o Instagram, ou seja, todos os acionamentos — se torna um entrelaço de potência e laço da experiência do que chamamos de vida em sua visão mais ‘atualizada’, mas também cada vez mais virtualizada.

Retorno, com ênfase, ainda, na questão do equilíbrio como forma de ponderação e *modus operandi*. Baptista (2023) esclarece a visão de que o equilíbrio deve ser ‘fluente’, propondo uma transmutação fluída de acontecimentos, de brotações e aproximações que devem ser consideradas. O equilíbrio, em si, é estremecido pelos arredores de acontecimentos, de trilhas e confluências em constante movimento. Em junção, o equilíbrio fluente expressa a ‘viagem contínua’, de diversos acionamentos e de um processo de acionamentos diverso. Nesse sentido, o caminho ‘vai acontecendo’, ou seja, o turismo ‘vai sendo delineado’ pelos atores diversos que compõem o todo desterritorializado. Assim, os “processos de virtualização presentificam o não presente e, ao mesmo tempo, acionam o devir viagem, o devir turismo, propondo a dimensão multiterritorial do turismo virtual”⁴⁴. É o que pôde ser observado com Bento Gonçalves e com Nova Petrópolis, ecossistemas apresentados com exemplos parciais da dimensão empírica desta investigação.

Nesse entremeio de direcionadores e condições de ‘ser’ em rede potencializada, podemos aproximar o caminho investigativo, por fim, ao esboço do algoritmo — que também perfaz um caminho fluido e perene de atualizações. E não

⁴⁴ Essa é uma declaração de Maria Luiza Cardinale Baptista, em orientação virtual, ocorrida em 20 de novembro de 2024.

me refiro simplesmente ao algoritmo das redes. Em uma era anterior, ‘pré-redes’ tínhamos a ideia de sobreposição. Nossas inferências, nosso arcabouço de experiências e nosso modo de pensar, era o balizador que orientava nossas ações. Esse era uma espécie de algoritmo interno, ‘analógico’. Em contraponto, na contemporaneidade, o algoritmo é transposto para o ambiente maquínico, onde as relações são escalonadas, tênues e fugazes. O ‘pensar’ se tornou ferramenta da tela, onde o desejo acaba sendo decifrado antes mesmo que possamos esboçar nossa vontade. Nessa equação, em meio a tantos devires, caminhos e ‘viagens’, o que não perece é a singularidade, no sentido de tentar sintonizar a própria essência — seja dentro ou fora das telas, em qualquer plataforma ou tempo. Ser voz e, não, simplesmente eco se tornou a o dispositivo potente e o agenciamento de rede social mais imponente que há. Como fazer isso, ser voz e não necessariamente eco nos ecossistemas turístico-comunicacionais, nas tramas de experiências multiterritoriais? Esta é também uma potência de devir novas investigações em Turismo e Hospitalidade.

A partir do conjunto de sinalizadores e de derivas investigativas, é possível, ainda, retomar o Quadro 30, onde nos deparamos com desafios e oportunidades no Instagram. O constante ‘devir’ gerado com as sinalizações resultantes de acionamentos e processos comunicacionais pelo Instagram, traça importantes pistas e aproximações para o futuro do Turismo em sua complexidade. A proposição de uma cartografia de fluxo informacional midiática, desdobrada ao longo dos capítulos 5 e 6, denota bases para novas produções e permite aprofundamento no que se refere aos caminhos e formas de ‘viagem’. A abordagem do Quadro 30 se vale da premissa da potencialização do conteúdo como gerador de ‘vida virtual’, em contraponto a um modelo de ecossistema inflexível e inarticulado. A tecnologia como ambiência, nesse caso, propicia um campo vasto de novas descobertas e possibilidades — que amplifica o olhar para o turismo e o modo de se promover experiências turísticas no ambiente virtual.

Em todo esse endereçamento, remonto meus arredores iniciais, aqueles do ‘Álan criança’ que visava ter apenas um computador em casa. O sonho por fim se realizou. A bolha se ampliou. A forma de pensar extrapolou o físico e se tornou potência em seu multiterritório desejante. O ecossistema se tornou cena de uma

adaptação corrente de variáveis — estou viajando e estou desejando viajar. Tudo ao mesmo tempo e sem tirar os olhos da tela. Esse entrelaçamento faz-me aproximar do que Silva e Baptista (2023) chamam de ‘atrevimento’ — complementar com ‘ousadia’. É preciso ter coragem para pensar diferente. Em perspectiva transdisciplinar, os sinalizadores que mais me rodeiam nesse contexto objetivado se pautam na potência do ser humano ser, de fato, humano.

Em um universo dominado pelo excesso maquínico, pensar em um Turismo que possa ser encarado pela transversalização humana, de cuidado, ética e amorosa é uma premissa que precisa ser aproximada. O equilíbrio, como apontado no acionamento de autores como Baptista (2023), Guattari (2001) e Naess (1989), nos canaliza para uma reflexão profunda de compreensão da vida em sua proposição holística. Nesse sentido, o fractal da vida, em que cada parte compreende e corresponde ao todo — o ecossistema em sua constante transmutação, a desterritorialização e reterritorialização, os vários atores, as formas e direções, a ambiência, o Turismo, a Virtualização, as redes, o Instagram, ou seja, todos os acionamentos — se torna um entrelaço de potência e laço da experiência do que chamamos de vida em sua visão mais ‘atualizada’, mas também cada vez mais virtualizada. Uma vida em constante atualização, mas também em constante virtualização! Isso vale para a vida, para a viagem e para o turismo!

REFERÊNCIAS

ALVES, Rubem. **O amor que acende a lua**. Campinas: Papirus, 2003.

AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1998.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. (Auto) Transpoiese em Narrativas de Viagens. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; PASSOS, Mateus Yuri (org.). **Narrativas de viagem 2: percursos que transformam**. Santa Cruz do Sul: Catarse, 2022. p. 257-271.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Afetivações, amorosidade e autopoiese: sinalizadores para narrativas sensíveis de destinos turísticos, em perspectiva ecossistêmica. In: SOSTER, Demétrio De Azeredo. PICCININ, Fabiana (org). **Narrativas midiáticas contemporâneas**: sujeitos, corpos e lugares. Santa Cruz do Sul: Catarse, 2019. p. 47-61.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. “Amar la trama más que el desenlace!”: Reflexões sobre as proposições Trama Ecossistêmica da Ciência, Cartografia dos Saberes e Matrizes Rizomáticas, na pesquisa em Turismo. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 8, n. 1, p. 41-64, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/18989>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Caosmose, desterritorialização e amorosidade na comunicação. **Questões Transversais**, v. 2, n. 4, 2014. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/9625>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Cartografia de saberes na pesquisa em Turismo: proposições metodológicas para uma Ciência em Mutação. **Rosa dos Ventos**, v. 6, n. 3, p. 3L42-355, 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4735/473547041003.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Cartografia de Saberes na Pesquisa em Turismo: Proposições Metodológicas para uma Ciência em Mutação. **Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v. 6, n. 3, 2014.

BAPTISTA, M. L. C. Da ontologia à ecosofia do turismo: Amorosidade e (Auto)transpoiese para o Turismo-Trama do Mundo N’ovo. **Educação e Fronteiras**, Dourados, v. 13, n. 00, p. e023014, 2023. Disponível em: <https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/educacao/article/view/17779>. Acesso em: 14 abr. 2024.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Ecosistemas Turísticos, Desterritorialização Caosmótica e Ciberterritorialidades. In: Colóquio Cenários, Ciência e Desenvolvimento Turístico, 1., Gramado, 2018. **Anais [...]**. Gramado: Universidade de Caxias do Sul, 2018. Disponível em: <https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/anais-coloquio-cenarios.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Turismo, mediatização e amorosidade: Sinalizadores para a mutação das narrativas que valorizam os territórios turísticos. **Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal**, n. 30, p. 85-96, 2018. Disponível em: <http://www.dosalgarves.com/index.php/dosalgarves/article/view/129>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale.; EME, Jennifer Bauer. Estratégias de 'sobrevivência' metodológica na viagem investigativa para a ciência no mundo novo: Dimensão trama, cartografia dos saberes e matrizes rizomáticas. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, Araraquara, v. 18, n. 00, p. e023042, 2023. DOI: 10.21723/riaee.v18i00.18206. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/18206>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BARSANO, Paulo Roberto; BARBOSA, Rildo Pereira; VIANA, Viviane Japiassú. **Biologia ambiental**. São Paulo: Erica, 2017.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.

BORBA, Eduardo Zilles. Entre Lugares e Imagens: o uso de dispositivos de realidade virtual e a percepção espacial. **E-Compós**, vol. 21, n. 1, 2018. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1362>. Acesso em: 06 nov. 2024.

BOURDIEU, Pierre. **A opinião pública não existe**. Noroit, 1973. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/6097686/mod_resource/content/1/Bourdieu.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BOX, Opinion. **Pesquisa Instagram no Brasil**. Disponível em: <<https://materiais.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>>. Acesso em: 14 abr. 2024.

BOX, Opinion. **Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram**. Disponível em: <<https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>>. Acesso em: 17 nov. 2024

CARVALHEIRO, José Ricardo et al (Org.). **A nova fluidez de uma velha dicotomia:** Público e privado nas comunicações móveis. Covilhã: Labcom, 2015.

CAPRA, Fritjof. **O ponto de mutação.** São Paulo, SP: Cultrix, 1991.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2005.

DATAREPORTAL. **Digital 2024: Global Overview Report.** Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo:** comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs 1:** capitalismo e esquizofrenia. São Paulo: Editora 34, 1995.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia Clássica.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro (org.). **Glossário De Termos Do Discurso.** Campinas: Pontes, 2005.

França, Jefferson; Motta, Kamila; Moscardi, Eduardo Henrique; Nakatani, Marcia Shizue Massukado. A comunicação turística internacional: relações entre a literatura em língua inglesa e as estratégias de destinos do hemisfério Sul. **Cenário – Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, 9(2), 205-222, 2021. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8122345.pdf>. Acesso em: 06 nov. 2024.

G1. **Somos 8 bilhões de pessoas e não vamos parar por aí.** Disponível em: <<https://especiais.g1.globo.com/mundo/2022/8-bilhoes-de-pessoas/>>. Acesso em: 08 set. 2023.

G1. **Um mês de enchentes no RS: veja cronologia do desastre que atingiu 471 cidades, matou mais de 170 pessoas e expulsou 600 mil de casa.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/05/29/um-mes-de-enchentes-no-rs-veja-cronologia-do-desastre.ghtml>>. Acesso em: 18 nov. 2024.

GADAMER, Hans-georg. **Verdade e Método.** Petrópolis: Vozes, 2004.

GIDDENS, Anthony. **Capitalismo e moderna teoria social.** Queluz de Baixo: Presença, 2000.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

GUATTARI, Félix. **As três ecologias.** São Paulo: Papirus, 2001.

GUATTARI, Félix. **Caosmose.** Um Novo Paradigma Estético. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

GZH. **Com ações coletivas e experiências para os visitantes, empresários de Bento Gonçalves buscam retomada do turismo.** Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/economia/noticia/2024/07/com-acoes-coletivas-e-experiencias-para-os-visitantes-empresarios-de-bento-goncalves-buscam-retomada-do-turismo-clyg49ikb00o3015e04dosob9.html>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da Esfera Pública.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização:** do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HAESBAERT, Rogério. **Território e multiterritorialidade:** um debate. Geografia. Ano IX. N. 17, 2007.

HOOTSUITE. **37 Must-know Instagram statistics for marketers in 2024.** Disponível em: <<https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

IBGE. **Cidades e Estados (Bento Gonçalves/RS).** Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/bento-goncalves.html>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

IBGE. **Cidades e Estados (Nova Petrópolis/RS).** Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/nova-petropolis.html>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

JAMESON, Fredric. **As marcas do visível.** Rio de Janeiro: Graal, 1995.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

KEYES, Ralph. **A era da pós-verdade:** desonestidade e enganação na vida contemporânea. Petrópolis: Vozes, 2018.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual:** ensaios sobre o colapso da razão ética. São Paulo: Unesp, 2004.

KUHN, Thomas Samuel. **A estrutura das revoluções científicas.** São Paulo: Perspectiva, 2005.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 2003.

LEMOS, André. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Meridional Ltda., 2013.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva:** por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2000.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

MAISTRE, Xavier de. **Viagem ao redor do meu quarto**. São Paulo: Editora 34, 2020.

MAISNOVA. **Abrço coletivo marca o lançamento da campanha “Abrace Nova Petrópolis”**. Disponível em: < <https://www.maisnova.com.br/noticias/conta-ai/22-05-2024/abraco-coletivo-marca-o-lancamento-da-campanha-abrace-nova-petropolis>>. Acesso em: 18 nov. 2024.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Teorias da comunicação, hoje**. São Paulo: Paulus, 2016.

MASSEY, Doreen. **Pelo Espaço**: Uma nova política da espacialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2015.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MATURANA, Humberto. **Emoções e linguagem na educação e na política**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

MATURANA, Humberto; VARELA, Francisco. **De máquinas e seres vivos**: autopoiese e a organização do vivo. Porto Alegre, Artes Médicas, 1997.

METRÓPOLES. **Brasil é o 2º país em que usuários passam mais tempo on-line**. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/colunas/m-buzz/brasil-e-o-2-pais-em-que-usuarios-passam-mais-tempo-on-line>>. Acesso em: 17 nov. 2024

MLABS. **Tudo sobre o Instagram! O guia completo (e atualizado) da rede social**. Disponível em: <<https://www.mlabs.com.br/blog/instagram>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

MORAES, Dênis de. **O Concreto e o Virtual**: mídia, cultura e tecnologia. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

MARUJO, Noémi. **Turismo & Comunicação**. Castelo Branco: RVJ Editores. Disponível em: <https://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/4237>. Acesso em: 06 nov. 2024.

NAESS, Arne. **Ecology, Community and Lifestyle**: Outline of an Ecosophy. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.

O GLOBO. **Facebook compra Instagram por US\$ 1 bilhão em dinheiro e ações.** Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/facebook-compra-instagram-por-us-1-bilhao-em-dinheiro-acoes-4530157>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

ONU NEWS. **Crescimento da internet desacelera e 2,7 bilhões ficam fora da rede.** Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2022/09/1801381>>. Acesso em: 08 set. 2023.

PARISER, Eli. **O Filtro Invisível: o que a Internet está escondendo de você.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PICININI, Rudinei. **“BRASIL, MOSTRA TUA CARA”**: um estudo sobre a relação entre a marca-país brasil e as dimensões de confiança, consideradas a partir da cartografia de ações comunicacionais do ministério do turismo brasileiro via tecnologias digitais. 2022. 207 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2022.

PICININI, Rudinei; BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. Tecnologias desterritorializadas e confiança: NFT's e blockchain como sinalizadores para a mutação do turismo. **Marketing & Tourism Review**, [S. l.], v. 8, n. 2, 2022. Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/7334>. Acesso em: 4 maio. 2024.

PISSAIA, Álan. **A Inteligência Coletiva e a nova percepção da esfera pública a partir da era da pós-verdade: um paradoxo que se impõe.** 2019. 147 f. Monografia (Graduação) - Curso de Jornalismo, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2019.

PLÜMER, Ellen et al. **Sociedade e contemporaneidade.** São Paulo: Intersaberes, 2018.

POLIZELLI, Demerval L.; OZAKI, Adalton M. (Org.). **Sociedade da informação: Os desafios da era da colaboração e da gestão do conhecimento.** São Paulo: Saraiva, 2008.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimaraes. **Dicionário essencial de comunicação.** São Paulo: Lexikon, 2014.

ROLNIK, Suely. **Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo.** São Paulo: Estação Liberdade, 1989.

SANTAELLA, Lucia. **A Pós-Verdade é verdadeira ou falsa?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.

SEMRUSH. **Principais estatísticas sobre o Instagram: quantas pessoas usam e mais!** Disponível em: <<https://pt.semrush.com/blog/estatisticas-instagram/>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público: as tiranias da intimidade**. Rio de Janeiro: Record, 2014.

SETUR. **Observatório de Turismo do Rio Grande do Sul**. Disponível em: <<https://setur.rs.gov.br/upload/arquivos/202307/24111641-relatorio-fluxo-turistico-nova-petropolis-2022-sebrae-rs.pdf>>. Acesso em: 16 nov. 2024.

SCHWAB, Klaus. **A Quarta Revolução Industrial**. São Paulo: Edipro, 2016.

SILVA, Renan de Lima da.; BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. “**Sapere Aude - Dare to know: Narratives and epistemological reflections on Science and Tourism Research**” *Journal of Social Sciences: Transformations & Transitions (JOSSTT)* 3(06):25. DOI: <https://doi.org/10.52459/josstt36250523>. Acesso em: 08 set. 2023.

SODRÉ, Muniz. **A Sociedade Incivil: Mídia, Iliberalismo e Finanças**. Brasília: Editora UnB, 2022.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a Educação: diversidade, descolonização e redes**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

THOMPSON, John Brookshire. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2014.

VELOSO, Renato. **Tecnologias da informação e comunicação**. São Paulo: Saraiva, 2011.

WEB MAIS SISTEMAS. **Indústria 5.0: Entenda O Que É, Quais as Tecnologias e os Impactos?**. Disponível em: <<https://www.webmaissistemas.com.br/blog/industria-5-0/>>. Acesso em: 08 set. 2023.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.