

Narrativas Viajantes: Potencialidades Comunicacionais e Turísticas em narrativas relacionadas ao Artesanato de Rua¹

Jennifer Bauer EME²

Profa. Dra. Maria Luiza Cardinale BAPTISTA³
Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS

RESUMO

O artigo apresenta discussão sobre as narrativas de viagens de artesãos de rua e a relação com sua condição nômade. O objetivo é discutir a relação entre as narrativas dos artesãos e a sua condição nômade. Com referencial teórico transdisciplinar, o estudo fundamenta-se no entrelaçamento Comunicação e Turismo, ao relacionar as narrativas dos artesãos de rua à ‘afetivação’ para o deslocamento, como forma de vida. Para compreender a relação, aproxima-se dos conceitos de Comunicação-trama, Jornalismo Literário Avançado, Hospitalidade e Amorosidade. A metodologia é qualitativa de cunho exploratório, tendo como estratégia metodológica a Cartografia de Saberes. Percebe-se que as narrativas de viagem dos artesãos de rua constituem-se como fator significativo na decisão de tornar-se ‘maluco de estrada’, bem como que isso se produz numa trama de relações e atravessamentos comunicacionais.

PALAVRAS-CHAVE: narrativas; turismo; artesanato de rua; jornalismo; amorosidade.

INTRODUÇÃO

O objeto de estudo deste artigo envolve as narrativas de viagens de artesãos de rua e a relação com sua condição nômade. O objetivo é discutir a relação entre as narrativas dos artesãos e a sua condição nômade. A pesquisa é ‘brotação’ do desenvolvimento da Monografia de conclusão de curso em Jornalismo da estudante, tratando-se de produção vinculada ao AMORCOMTUR! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS) e ao projeto *TRAMA AMORCOMTUR!*

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

² Graduanda do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul, integrante do AMORCOMTUR! Grupo de Estudo em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq - UCS) e Bolsista Voluntária vinculada ao Programa de Mestrado em Turismo da UCS (RS), e-mail: jennifer@pazza.com.br

³ Orientador do trabalho. Doutora em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS (BRASIL). Pesquisadora com apoio CNPq. Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS) e integrante do Filocom (ECA/USP). Pesquisadora visitante sênior da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), com apoio FAPEAM. Pesquisadora Iberoamericana (edital UCS/SANTANDER), e-mail: malu@pazza.com.br

Complexos processos comunicacionais e subjetivos, que potencializam o turismo, considerados sobre o viés da amorosidade e autopoiese, pertencente ao Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul (UCS).

Durante o desenvolvimento da Monografia, a vivência com os artesãos de rua apresentou aspectos vistos como contribuições importantes tanto para a Comunicação quanto para o Turismo. O objeto do presente artigo despertou das falas dos próprios artesãos, que, ao compartilharem suas experiências com a pesquisadora, contavam que o ponto de partida para se tornar artesão de rua estava conectado com a experiência trocada com outro artesão.

A influência das narrativas de viagens emergiu para primeiro plano, causando, na pesquisadora, a reflexão da relação entre tais narrativas e a escolha pela vida nômade – uma das características principais dos artesãos de rua, os ‘malucos de estrada’, como eles se denominam.

Neste primeiro momento, é necessário, para melhor compreensão da pesquisa, apresentar os sujeitos artesãos de rua. É importante ressaltar que, neste trabalho, o grupo é caracterizado como uma Tribo Urbana. Segundo Michel Maffesoli (1998), as tribos urbanas, são apresentadas no cenário pós-moderno como grupo de vivência partilhada, onde “é sempre em relação ao grupo que se vai determinar a vida social” (MAFFESOLI, 1998, p. 111). Além disso, o autor nos fala que o indivíduo não pode existir isolado; é preciso estar em comunidade para que a vida faça sentido.

Os processos sociais, religiosos, de vivência e convivência se mostram ainda mais fortes e efetivos com a vida em grupos, o que faz as tribos urbanas terem mais legitimidade na era contemporânea, configuradas por grandes centros, onde se encontra o contraponto entre vida coletiva e viver em comunidade.

O autor afirma que o grande grupo não acolhe o indivíduo, partilhando a vida cotidiana com ele, os costumes, as crenças, a mística, fazendo com que os laços sejam superficiais e frágeis. Para ele: “O pequeno grupo, pelo contrário, tende a restaurar, estruturalmente, a eficácia simbólica. E pouco a pouco, vemos a constituição de uma rede mística, com fios mais sólidos, que permite falar do ressurgimento do cultural na vida social” (MAFFESOLI, 1998, p. 117).

Neste contexto, os artesãos de rua se unem em torno de um bem comum e procuram viver uma experiência de forma comunitária, colocando a produção artesanal como um instrumento de sustentabilidade da tribo e não como necessidade individual de

existência. Ou seja, o artesanato não é visto como meio de acúmulo do capital que tem fim em si mesmo, mas sim como uma forma de manter as viagens e de subsidiar as necessidades básicas do próprio grupo.

O conceito de ‘maluco de estrada’ – ou artesão de rua – é novo, apresentando poucas pesquisas sobre o assunto, tornando-o ainda mais peculiar e interessante. Em âmbitos gerais, pode-se definir esta tribo urbana como uma ruptura no padrão hegemônico de configuração de vida. “A tomada de atitude que os lança na estrada é de alguma forma uma revolta contra o dinheiro e a vida voltada para o trabalho, consumo e acumulação” (LEITÃO, 2015, p. 41). Colocar-se como ‘maluco de estrada’ é dizer a si mesmo e à sociedade que se abre mão das condições de produção, trabalho, moradia e convivência impostos como legítimos em uma sociedade capitalista.

[...] “por que vocês vivem assim?”, “como você começou a viver assim?”, “por que você saiu de casa?”. Estas questões surgem espontaneamente da interação entre a malucada e os caretas e do estranhamento que uma população que vive de modo sedentário e conectada a instituições como o trabalho e a família tem ao deparar-se com indivíduos que aparentemente romperam ou minimizaram o efeito que estas instituições têm sobre sua vida. (LEITÃO, 2015, p. 40)

Com a apresentação da tribo urbana, é possível retornar ao objeto da pesquisa e especificar o objetivo central do trabalho, sendo ele discutir a relação entre as narrativas dos artesãos e a sua condição nômade (característica marcante do grupo).

Conforme apontado anteriormente, a relação surgiu das falas dos artesãos que apresentavam como influência na decisão de mudança de vida a narrativa contada por outros sujeitos artesãos de rua. Em sua maioria, as narrativas contavam, principalmente, sobre as viagens, este ponto serve como justificativa para a construção do presente trabalho. A partir dele, é possível pensar na contribuição da relação que as narrativas podem ter com um processo de ‘afetivação’ dos sujeitos para a viagem, potencializando, assim, o Turismo, bem como expressando elementos da trama comunicacional.

REFERENCIAL TEÓRICO

Com referencial teórico transdisciplinar, o estudo fundamenta-se no entrelaçamento Comunicação e Turismo, ao relacionar as narrativas dos artesãos de rua à ‘afetivação’ para o deslocamento, como forma de vida. Para compreender a relação, aproxima-se dos conceitos de Comunicação-trama, Jornalismo Literário Avançado, Hospitalidade e Amorosidade.

Propondo a ideia de Comunicação-trama, apoia-se no que é desenvolvido por Baptista (1996), como conceito de comunicação. Para ela,

Comunicação é interação de sujeitos, através do fluxo de informações entre eles, numa espécie de trama-teia complexa, composta tanto de elementos visíveis quanto invisíveis, corporais e incorpórais, significantes e a-significantes, podendo ser ou não medida por dispositivos tecnológicos, na constituição de algo como um campo de força de encontro de energias, decorrente dos universos de referência de cada sujeito envolvido. (BAPTISTA, 2014, p. 101)

Assim, ao pensar comunicação como interação de sujeitos, como encontro de subjetividades abre-se mão do conceito de comunicação desenvolvido na academia, onde o processo comunicacional está submetido a um esquema padrão. Os sujeitos que se encontram, na comunicação, estabelecem uma relação composta por suas subjetividades e também por incertezas.

Há, nesse sentido, nesse processo, a interferência de uma série de “atravessamentos”, que influenciam e são influenciados por cada momento comunicacional. Uma relação processual numa rede intrincada de relações, típica de multiplicidade de campos em que os sujeitos estão envolvidos.

Dá pra pensar, então, a comunicação como um momento complexo até por que ela não acontece isoladamente, mas dentro de um processo socioeconômico-político-informacional de que o sujeito faz parte, essa espécie de “campo de forças”, o sujeito, formado a partir de múltiplas forças, múltiplos outros campos se interpretando. (BAPTISTA, 1996, p. 32)

Nesse período de encontros, pode-se pensar a comunicação também como um encontro - atribuir esse sentido à comunicação permite compreender melhor o conceito de comunicação-trama -, onde não ocorre somente a aproximação de quem “vai ao encontro de”, mais também o “ir de encontro a” (BAPTISTA, 1996).

Ainda sobre o encontro, vale ressaltar que não se trata de um processo linear de interação. Em outras palavras, ele não se dá em bases iguais, necessariamente. Existem, antes, complexas teias de atravessamentos nos emissores e nos receptores, espécie de campos de força que, ao mesmo tempo, criam e interferem nesse encontro. E estes campos de força são diferentes entre si no momento da interpenetração, ainda que não totalmente. (BAPTISTA, 1996, p. 34)

Sobre Jornalismo Literário Avançado (JLA), é interessante trazer o que o autor Edvaldo Pereira Lima propõe. Ele define o JLA como uma

Viagem. O jornalismo literário é uma viagem de descoberta pelo território do real, por todos os mundos que constituem aquilo que achamos que é a realidade. A literatura do real muda dinamicamente ao longo do tempo, como tudo o que existe. Nada é estático, apenas nossos olhos aceitam ilusões. Tudo está em movimento. O tempo todo. (LIMA, 2004, p. 436)

O ponto de vista do autor contribui para o pensar de que fazer comunicação é muito além de “sair escrevendo”, assim como a viagem, a narrativa tem seu tempo de preparação. Conhecer o lugar para onde irá se encaminhar, antes de escrever, é essencial para não ser pego desprevenido, além da preparação psicológica para a saída de seu território. Também é necessário ter consciência de que o percurso da escrita pode ser alterado ao longo do caminho. As descobertas no lugar novo não podem ser travadas por uma pauta fechada que busca dados e não histórias.

Ainda para Lima, a proposta do Jornalismo Literário Avançado, como um novo jornalismo, consiste no entendimento da prática construída por três esferas de categoria.

A primeira categoria corresponde ao conjunto de princípios operativos e técnicas que diferenciam sua natureza, em comparação ao modelo convencional predominante de jornalismo. Aqui entram questões como os modos de captação da realidade – a observação participante, [...] A segunda categoria centra-se no caráter autoral do Jornalismo Literário. A partir do rico conjunto de ferramentas disponíveis, o jornalista literário produz sua matéria com estilo próprio e voz autoral diferenciada. [...] A terceira categoria tem a ver com a visão de mundo, o entendimento intrínseco e implícito a toda narrativa. Os textos do Jornalismo Literário carregam, inevitavelmente, o legado múltiplo dos paradigmas formais ou mesmo inconscientes que conformam o modo com que percebem, interagem com, captam e expressam o real. (LIMA, 2004, p. 68-69)

Uma das premissas do JLA é expressar a realidade com beleza, essa expressão parte da percepção de quem conta. O que terá destaque na narrativa são os fatos que chamaram a atenção do escritor, esse é o que diferencia o JLA das práticas jornalísticas modernas. Os instrumentos usados para escrever as narrativas pertencentes ao Jornalismo Literário são subjetivos, individuais de cada jornalista.

Outra proposição interessante do Jornalismo Literário Avançado é a transdisciplinaridade,

[...] movimento, na epistemologia, que une quatro campos do conhecimento como igualmente importantes: ciência, a arte, a filosofia e as tradições. Nenhuma dessas áreas é suficiente, por si mesmas, para se compreender a realidade de maneira ampla e satisfatória. Precisamos de um diálogo entre elas. (LIMA, 2004, p. 439-440)

Dessa forma, o Jornalismo Literário Avançado contribui para a construção de um novo pensar jornalístico e comunicacional, onde as histórias cotidianas ganham relevância e apresentam personagens transformadores da realidade social.

Naturalmente, o arsenal jornalístico não se resume apenas aos textos pausteurizados das grandes revistas de informação semanal, nem às fórmulas limitadas que empregam quase todos os jornais. O texto jornalístico não é

somente essa coisa sem graça, uniforme, sem brilho e sem profundidade, que vemos na maioria das vezes. (LIMA, 1996, p. 7-8)

Outro conceito proposto como base para este texto é a Amorosidade, que pode ser compreendida como o fio que ‘alinha’ o artigo, tramando o referencial teórico, a metodologia e a discussão que brotou da vivência com os artesãos de rua. É necessário esclarecer que, ao falar de amor, a base que se tem são as ideias de Humberto Maturana e Maria Luiza Cardinale Baptista, sendo que, ambos, não se referem ao amor romântico, vassalo, carnal, e sim ao que se pode chamar de ‘ética da relação’ pautado “reconhecimento do outro como legítimo outro na convivência” (MATURANA, 1998).

O conceito de amorsidade contribui para que se compreendam as peculiaridades dos sujeitos, como ‘potência de brotação de narrativas humanizadas’, tornando o ‘contar histórias’ jornalístico mais afetivo, tratando seus personagens com respeito. Maturana (1998) destaca a importância do estabelecimento de relações no campo amoroso, sendo

O amor é a emoção que constitui o domínio de condutas em que se dá a operacionalidade da aceitação do outro como legítimo outro na convivência, e é esse modo de convivência que conotamos quando falamos do social. (...) Sem a aceitação do outro, não há fenômeno social. (MATURANA, 1998, p.23-24)

Com isso, as narrativas contadas pelos artesãos de rua, capazes de afetar outros sujeitos a seguirem viagem, são propostas de falas amorosas, preocupadas com cada detalhe e, também, com o efeito que essas histórias podem ter.

A tendência à amorsidade é algo inerente ao ser humano, mas sua prática nas relações é algo que precisa ser experienciado. No plano individual, o sujeito aprende a ser amoroso, a partir das relações amorosas em que se vê inserido e vai se reconhecendo com sujeito de si. Trata-se do processo de individuação, que se constitui uma espécie de alicerce amoroso, sobre o qual vão se produzir outras relações (amorosas ou não). Nas práticas profissionais jornalísticas, também se percebe que a amorsidade precisa ser experienciada e isto tem que ser iniciado no processo de formação, nas práticas pedagógicas. (BAPTISTA, 2012, p. 103-104)

Além disso, pensar um jornalismo pautado pela Amorsidade é (re)pensar a prática jornalística, que assumiu, no período da Revolução Industrial, um caráter pasteurizado, onde os números são mais importantes que pessoas, fundamentada pelo vender, a prática jornalística tornou-se, em muitos aspectos, uma forma de gerar lucros ao invés de atender sua função social de contar a cidade contribuindo para sua transformação.

Pesa sobre a comunicação social a herança fragmentada e coisificante: os sujeitos da informação da atualidade são transformados em peças da grande engrenagem. De sujeitos viram objetos de grandes bombardeios; estilhaços do mundo e dos discursos sobre o mundo inflacionam o cotidiano do homem do século XX. (MEDINA, 1993, p. 13)

Por fim, a Amorosidade é potência para fazer brotar um conceito importante para o Turismo, que contribui também para a discussão comunicacional: o conceito de Hospitalidade. A ideia pode ser definida como um fato social que se concretiza no momento do encontro entre sujeitos, encontro em que exista o recebimento de um sujeito por outro sujeito com ética (CAMARGO, 2008).

Trazer o outro para um espaço que não é dele, de forma que se sinta à vontade, é uma das premissas da Hospitalidade. Está na essência do conceito trabalhar de forma a respeitar o tripé “dar-receber-retribuir” (MAUSS, 2003 apud SANTOS; PERAZZOLO, 2012, p. 5).

A hospitalidade pode ser vista também como uma troca entre sujeitos,

A hospitalidade manifesta-se nas relações que envolvem as ações de convidar, receber e retribuir visitas ou presentes entre indivíduos que constituem uma sociedade, bem como formas de visitar, receber e conviver com indivíduos que pertencem a outras sociedades e culturas; desse modo, pode ser considerada com a dinâmica do dom. Todas as sociedades têm normas que regulam essas relações de troca entre as pessoas, o que parece demonstrar que, de alguma maneira, elas atendem a uma ou mais necessidades humanas básicas. (DENCKER, 2004, p. 189)

Para Boff (2005, p. 95),

A hospitalidade supõe a superação dos preconceitos e confiança quase ingênua, mas indispensável para que a hospitalidade e a convivência sejam verdadeiramente hospitalidade e convivência sem constrangimento (...) a hospitalidade tem que ser incondicional e sem reservas.

O autor coloca a Hospitalidade como um direito e um dever de todos, ao mesmo tempo que afirma direitos e deveres que todos têm para que a hospitalidade aconteça de fato, com todos os seus aspectos sociais. Além disso, fala ainda na hospitalidade como um instrumento de desenvolvimento político-social,

O ideal de hospitalidade deve ajudar a formular boas leis e a inspirar políticas públicas generosas que viabilizem a acolhida do estrangeiro, do emigrado, do refugiado e do diferente. Caso contrário, permanece uma utopia sem conteúdo concreto. (BOFF, 2005, p. 107)

METODOLOGIA

A metodologia é qualitativa de cunho exploratório, tendo como estratégia metodológica a Cartografia de Saberes. Além disso,

Segundo Flick (2009, p. 23),

[...] Os aspectos essenciais da pesquisa qualitativa consistem na escolha adequada de métodos e teorias convenientes; no reconhecimento e na análise de diferentes perspectivas; nas reflexões dos pesquisadores a respeito de suas pesquisas como parte do processo de produção de conhecimento; e na variedade de abordagens e métodos.

Segundo o autor, a história da evolução dos processos científicos exigiu um maior uso da pesquisa qualitativa, pois foi cada vez mais necessário desenvolver, especificadamente, cada campo teórico, embasando-os por conceitos da realidade que fazem parte de cada área (FLICK, 2009, p. 28).

A ciência em mutação cria espaço para outras proposições metodológicas. É nesse cenário que se encontra a Cartografia de Saberes apresentado por Maria Luiza Cardinale Baptista. O conceito da cartografia de saberes pode ser entendido como “orientação para o estabelecimento de uma estratégia metodológica” (BAPTISTA, 2014, p. 343), que visa proporcionar, ao estudante, uma sistematização dos métodos, mas sem o aprisionamento, muitas vezes causado pelas imposições da metodologia e dos conceitos em uma pesquisa.

Antes de apresentar as trilhas que orientam os estudos na perspectiva da cartografia, é importante compreender o uso no texto de Baptista. Conforme a autora, o

[...] conceito de *cartografia*, que está sendo utilizado aqui, tendo como base a perspectiva *esquizoanalítica* e sua expressão em texto de Suely Rolnik (1989). Para a autora, o cartógrafo não tem ‘um método’, mas critérios que o orientam. A palavra cartografia, então, está sendo utilizada como uma espécie de mapa complexo e mutante, que se faz acompanhando a ‘mudança da paisagem’ (Rolnik, 1989). Assim não existe ‘um’ único caminho, mas o que eu denomino de ‘trama de trilhas’ e possibilidades a serem acionadas. (BAPTISTA, 2014, p. 344) [grifos da autora]

A Cartografia de Saberes é dividida entre as trilhas investigativas:

- Trilha de Saberes Pessoais: onde o pesquisador reflete o que sabe sobre o assunto que deseja pesquisar. É um momento reflexivo, subjetivo. Nesse momento a escrita não (ou pouco) envolve conceitos teóricos. Com o desenvolvimento de textos partindo de suas próprias vivências com o objeto o pesquisador vislumbra com mais ‘certeza’ o caminho que irá trilhar na pesquisa.
- Trilha de Saberes Teóricos: a partir da identificação do objeto, trama-se o caminho investigativo fazendo leituras dos autores e textos relacionados com o assunto que se desenvolveu na Trilha de Saberes Pessoais. Nessa trilha, o pesquisador irá encontrar-se com os autores que lhe acompanharão na contextualização do estudo.

- Trilha Laboratório de Pesquisa: essa trilha trata-se da vivência compartilhada da pesquisa pelo pesquisador. A parte prática da pesquisa que permite a aproximação com o objeto pesquisado, com o desencadeamento de ações investigativas.

A vivência com os artesãos de rua aconteceu segundo o método da observação participante⁴, no espaço compartilhado da calçada as rodas de conversa permitiram que a contribuição seguisse o fluxo cotidiano dos próprios artesão, assim a pesquisa foi se fazendo no espaço da rua, deixando que o ambiente contribuisse para a sua formação. Os questionamentos transversalizados e horizontais, ou seja, as perguntas não partiram somente da pesquisadora, mas também do grupo, tornaram possível a percepção o objeto desde estudo, por exemplo.

Em paralelo à vivência com os artesãos, as leituras eram discutidas nos seminários teóricos com o grupo AMORCOMTUR!, também no formato Roda de Conversa, nos Encontros Caóticos da Comunicação, Turismo e suas Subjetividades. As conversas com o grupo se tramavam entre os textos dos autores e a vivência com os artesãos e essa partilha assumiu (como assume ainda hoje) um caráter importante como potência de produção, alimentando a pesquisa com novas ideias.

RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se, como resultado, a influência que as narrativas de viagem dos artesãos de rua têm na escolha por este modo de vida. Ao entrar em contato com as histórias contadas por outros artesãos decide-se tornar ‘maluco de estrada’.

A percepção de que as narrativas de viagem dos artesãos de rua são dispositivos de acionamento para assumir a vida de ‘maluco de estrada’, pode ser considerada como pista de afetivação de sujeitos para viajar, onde o artesanato funciona como um alimentador para a ação. O motivo não é viver da sua própria arte, mas sim não ter vida fixa, conhecendo novos lugares e pessoas. Outra informação importante é que a ‘viagem’ carrega consigo o espírito da liberdade, uma das premissas da vida nômade dos ‘malucos de estrada’.

⁴ [...] o cientista social não se coloca ingenuamente, ou pelo menos não deve se colocar, em relação a sua presença no grupo. Ele deve estar atento ao seu papel no grupo. Deve observar e saber que também é observado e que o simples fato de estar presente pode alterar a rotina do grupo ou o desenrolar de um ritual. Isso não quer dizer que ele também não deva ou não possa participar. (TRAVANCAS, 2005, p. 103)

Ao dar espaço à narrativas que despertam o sentimento ‘viajante’ é interessante tanto para a Comunicação quanto para o Turismo, pois com isso o entrelaçamento entre as duas áreas torna-se efetivo, além de contribuir para a construção do conhecimento sobre a presença dos artesãos de rua em grandes ou pequenas cidades, mostrando que a forma de vida alternativa é um sinal para o que cresce paralelo ao sistema capitalista: a ideia de produzir para viver⁵.

A criação de meios para viver de forma emancipatória ao capitalismo surge das críticas feitas ao sistema. Essas alternativas carregam, como princípios, a igualdade, a solidariedade e o respeito à natureza. Sobre o princípio de igualdade, destaca-se que “[...] os frutos do trabalho são distribuídos de maneira eqüitativa pelos seus produtores e o processo de produção implica a participação de todos na tomada de decisões, como nas cooperativas de trabalhadores” (SANTOS, 2002, p. 29).

A Comunicação, e especificamente o Jornalismo, tem a função social de informar e de reconhecer os personagens que constroem a cidade. Os artesãos de rua, sujeitos que estão em contato com o centro da cidade, encontram-se ainda, à margem da sociedade, vistos como indivíduos desocupados, que erroneamente abriram mão do “conforto” capitalista para viver em uma outra sistemática.

O que não se percebe (ou o que não ganha atenção) é o quão interessante é a presença de sujeitos vivendo em um sistema sem reproduzi-lo ou alimentá-lo. Os ‘malucos de estrada’ têm consciência do contexto em que estão inseridos, mas, fica claro em suas falas, que o objetivo é viver de modo paralelo, fazer o que é preciso naquele momento e não o que é imposto pelo sistema capitalista.

Tendo em vista que esses sujeitos se propõem a olhar a cidade de um outro ponto de vista, um roteiro urbano que tem em sua constituição personagens como estes, é rico em diversos aspectos. A contribuição para a caracterização turística de um determinado local, por exemplo, pode revelar lugares, linguagens e outros elementos que aproximem futuros turistas de tal local.

O reconhecimento dos artesãos de rua, por parte do Turismo, também implicaria em uma potencial movimentação econômica. Mesmo que o intuito deste trabalho não seja fomentar a ideia de um turismo comercial, o artesanato produzido pelos ‘malucos de estrada’ é visto como uma marca, uma recordação, da vivência com a cidade.

⁵ Ideia do autor Boaventura de Sousa Santos que aparece, principalmente, no livro organizado por ele: *Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista*.

Com isso, a discussão coloca-se no âmbito do reconhecimento dos artesãos de rua tanto comunicacional quanto turisticamente. Se o jornalismo olhar para esses personagens como protagonistas de suas próprias histórias pode contar a vida cotidiana da cidade de um outro lugar, menos badalo e mais subjetivo; menos baseado em dados e sim mais humano.

E, se o Turismo olha para os artesãos de rua, pode fazer com que cada vez mais eles possam viver para produzir, numa lógica de sustentar mais viagens com seus trabalhos. Isso proporciona uma outra experiência, também, para o turista, que irá levar uma lembrança da rua da cidade, do seu cotidiano, e não da loja de s souvenirs regional.

A riqueza cultural de conversar com sujeitos que já viajaram quilômetros e tem nisso seu motivo de continuar é, por fim, mais uma contribuição que os artesãos de rua deixam por onde passam. As histórias, as condições, os imprevistos... Enfim, tudo serve como aprendizado trocado entre eles. Soma-se a isso um valor perdido com a imposição de um sistema feroz como o capitalista, mas ainda praticado com maestria pelos ‘malucos de estrada’, a consciência de saborear cada momento, por mais simples que seja. Como reflexo, vemos uma Comunicação preocupada com números e um Turismo preocupado com cifras.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, M. L. C. **Comunicação trama de desejos e espelhos: os metalúrgicos, a telenovela e a comunicação do sindicato.** Canoas, RS: Ed. da ULBRA, 1996. 180 p.

_____. **Jornalismo Amoroso. Quem quer (a)provar?.** REBEJ – Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo. Ponta Grossa, v.1, n.9, p. 93-118, jan. a jun. 2012.

_____. **Afetiv(Ações) do Texto-Trama no Jornalismo:** Ensino e produção de textos jornalísticos e científicos, em tempos de caosmose midiática. FORUM DE PROFESSORES DE JORNALISMO. Ponta Grossa, 2013.

_____. **Caosmose e Afetiv(Ações) Inscricionais do Acontecimento Comunicacional Amoroso.** ENCONTRO NACIONAL DA REDE DE GRUPOS DE PESQUISA. Natal, 2013.

_____. **Sujeito-trama do turismo:** Reflexões sobre a subjetividade contemporânea e suas implicações para a pesquisa do turismo. Aceito para publicação na PASOS – Revista de Turismo y Patrimônio Cultural, 2016.

_____. **Cartografia de Saberes na Pesquisa em Turismo:** Proposições Metodológicas para uma Ciência em Mutação. Rosa dos Ventos, v. 6, p. 342-355, 2014.

BOFF, L. **Virtudes para um outro mundo possível.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. 2 v.

CAMARGO, L. O. L. **A pesquisa em hospitalidade**. Revista Hospitalidade. São Paulo, ano V, n. 2, p. 15-51, jul.- dez. 2008.

DENCKER, A. F. M. (Coord.). **Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Thomson, 2004. xxvi, 199 p.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

LEITÃO, L. **Malucos de estrada**: uma etnografia de artistas nômades. Rio de Janeiro: Multifoco, 2015.

LIMA, E. P. **Páginas ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. 3.ed. Barueri, SP: Manole, 2004.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 3.ed. Rio de Janeiro: Forense, 1998.

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

MEDINA, C. A.; GRECO, Milton. **Do Hemisfério Sol**: o discurso fragmenta lista da ciência. 1993.

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

SANTOS, M. M. C. dos; PERAZZOLO, O. A. **Hospitalidade numa perspectiva coletiva: o corpo coletivo acolhedor**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 6, p. 3-15, 2012.