

# **O USO DO ENFOQUE TEÓRICO DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS NA PESQUISA EM TURISMO**

**Gilberto Gidra**

**Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Celia Maria De Moraes Dias**

**Universidade Anhembi Morumbi**

**Programa de Mestrado em Hospitalidade**

**Resumo** Uma das teorias mais importantes da psicologia raramente tem sido utilizada para se conhecer e compreender os fenômenos psicossociais ligados ao turismo. Trata-se da teoria das representações sociais, desenvolvida pelo psicólogo social francês Serge Moscovici, como resposta teórico-crítica à tradicional corrente norte-americana das atitudes que, desenvolvida por Allport e influenciada pelo individualismo metodológico, reduz o estudo e a compreensão dos fenômenos psicossociais à abordagem de aspectos psicológicos individuais, ignorando a sua gênese, complexidade e natureza sociais e a sua relativa autonomia sobre o individual. Este trabalho pretende abordar o potencial de contribuições que o enfoque teórico das representações sociais pode trazer à pesquisa em turismo, em especial ao estudo do complexo tema da hospitalidade turística, entendida em suas múltiplas formas e manifestações.

**Palavras-chave:** representações sociais, hospitalidade em turismo, pesquisa em turismo, pesquisa em hospitalidade, enfoque teórico.

## **A complexidade do objeto turístico**

Um dos desafios mais difíceis de ser transposto em qualquer planejamento de pesquisa de fenômenos psicossociais é, sem dúvida alguma, a escolha do enfoque teórico e do paradigma metodológico a ser adotado no trabalho, assim como a sua justificação.

Mesmo para alguém cuja formação acadêmica tenha se dado numa ciência pródiga nesses aspectos, como é o caso da psicologia e que até por razão dessa vivência pode definir-se por uma dentre várias visões epistêmicas disponíveis, a hora dessa escolha e da sua justificação é sofrida, trabalhosa e cheia de incertezas, diante de problemáticas complexas.

Isto acontece no planejamento da pesquisa da hospitalidade em turismo, onde o desafio é o de definir um quadro teórico e metodológico capaz de dar conta do enredamento de dois

fenômenos que se mostram cada vez mais arredios ao pensamento simplificador, reducionista, positivista, inclusive em seus respectivos territórios: o turismo e a hospitalidade.

A complexidade do tema do turismo já é sobejamente conhecida e poucos são os livros que não começam por referi-la em sua introdução, ao buscar novas formas de abordar a matéria.

A obra de Mário Beni, *Análise Estrutural do Turismo* (2001), fornece um quadro holístico exaustivamente detalhado e organizado do fenômeno, que procura dar conta da sua complexidade através da aplicação da teoria geral de sistemas, cobrindo praticamente todos os assuntos que fazem parte do tema do turismo, proporcionando um amplo material que ele denomina apenas como "uma síntese do atual estado da arte da pesquisa no setor".

Todo esse esforço, portanto, não esgota a matéria. Marutschka Moesch trata a pesquisa em turismo por um outro ângulo igualmente fundamental e difícil, o da sua epistemologia (2002), apresentando e discutindo as limitações impostas pelos suportes teóricos proporcionados pelo funcionalismo, através de Fuster e pela fenomenologia, através de Centeno, que têm determinado um acanhamento na construção do objeto de conhecimento, assim como na percepção e abordagem da complexidade do fenômeno turístico: "O conhecimento parcelado, compartimentado, mecanicista, disjuntivo e reducionista rompeu o complexo mundo do turismo em fragmentos soltos, fracionando os problemas, separando o que está ligado, unidimensionalizando o multidimensional" (2002, p.126).

Para avançar na construção de novas categorias de análise sobre o turismo e fundamentar um corpo de conhecimentos com entidade teórica particular, capaz de dar conta do emaranhado desse fenômeno, Moesch propõe utilizar uma abordagem epistemológica incomum nessa área, a da dialética histórico-estrutural que, segundo ela, tem como marca reconhecer, no mesmo patamar de relevância, condições objetivas e subjetivas das estruturas históricas, que são formas de acontecer, partindo-se da crença científica comum de que a realidade social, na medida em que é condicionada e não determinada, é pelo menos regular (2002, p.50).

De forma resumida, pode-se dizer que, ao propor a construção de categorias dialéticas para a análise do turismo, Moesch busca reconstruir o objeto turístico à luz da concepção interdisciplinar, transcendendo ao contexto da produção turística em sua aparência e contribuindo para a fundamentação de um corpo de conhecimentos com entidade teórica particular, dentro da complexidade de suas relações práticas.

## **A complexidade do objeto da pesquisa da hospitalidade em turismo**

No novo campo do conhecimento da hospitalidade, a questão da complexidade começa a desvelar-se de forma rápida e não menos questionadora, à medida em que as reflexões vão se aprofundando sobre um assunto que, até pouco tempo, recebia atenção apenas do marketing de serviços e das abordagens funcionalistas anglo-saxônicas aplicadas ao estudo das atividades previamente conhecidas como hotelaria e catering (LASHLEY, p. 02).

Segundo Celia Dias (2002, p.98), originária da expressão latina *hospitalitas-atris*, a noção de hospitalidade carrega sentidos diversos, como o ato de acolher, hospedar; a qualidade do hospitaleiro; boa acolhida; recepção; tratamento afável, cortês, amabilidade; gentileza.

Enfim, uma noção complexa, onde se misturam comportamentos individuais, manifestações sociais, rituais, afetos, virtudes éticas, crenças e valores, entre outras categorias, constituindo um fenômeno capaz de se expressar em todos os contextos e espaços onde ocorra alguma manifestação de acolhimento, algum tipo de recepção humana.

Hoje, o estudo desse tema já distingue três domínios, o da hospitalidade privada ou doméstica, o da hospitalidade comercial e o da hospitalidade pública, territorial e urbana. E se consegue identificar duas escolas de estudo, segundo Luiz Octávio Camargo (2003):

- a escola francesa que se interessa apenas pela hospitalidade doméstica e pela hospitalidade pública, ignorando a hospitalidade comercial e que têm a sua base nos estudos de Mauss sobre dádiva e dom e a lei não escrita do dar-receber-retribuir, que ele identificou em sociedades arcaicas, mas que se acredita ser uma dinâmica que está presente na hospitalidade e cujo papel seria o de criar, manter ou reconstituir o vínculo social, ou tecido social.

- a escola americana que ignora esses estudos e se interessa apenas pela atual versão comercial da hospitalidade, baseada no contrato de consumo e na troca econômica presentes nas manifestações e nos modelos de relações de consumo.

Tentando superar esse impasse e integrar essas duas tendências de escolas, surgem algumas iniciativas, como o Programa de Mestrado em Hospitalidade criado pela Universidade Anhembi Morumbi e um grupo de pesquisadores ingleses (LASHLEY, 2003) que tentam elaborar um conceito, ou uma definição universal para hospitalidade, ou encontrar um sentido, uma relação, alguma matriz ou representação capaz de interligar os três tipos de hospitalidade. Já se discute, inclusive, se é possível desvincular esses três domínios, especialmente se formos tratar da hospitalidade de um lugar, de uma região turística, ou de uma cidade.

Podemos estudar e entender a hospitalidade de estabelecimentos comerciais de uma cidade, sem levar em conta se essa cidade é hospitaleira ou hostil para com o estranho, o turista? Sem estudar os aspectos socioculturais da hospitalidade do grupo social local?

A dissertação de mestrado de Biagio Maurício Avena (2002) demonstra que isto não é recomendável. Trata-se, provavelmente, da primeira pesquisa empírica brasileira a focar objetivamente a questão da hospitalidade comercial em turismo, assim como a influência que exerce sobre ela a mentalidade de hospitalidade do grupo social local que, por sua vez, emerge de fatores históricos, culturais e sociais profundos e complexos.

Preocupado em abordar o problema da qualidade do processo de acolhimento ao turista nos equipamentos turísticos de Ilhéus, antiga zona cacauceira na Região Sul da Bahia em processo de declínio econômico e de transformação da sua economia, Avena investigou a hipótese de que: "A (má) qualidade do processo de acolhimento nos meios de hospedagem é resultante das representações sociais sobre *ser servil* ou de *estar a serviço de...* e sobre o *estrangeiro* (grifos do autor), produzidas pela mentalidade local e seu contexto sócio-histórico-cultural" (2002, p.29), que impediriam a transformação do estranho de **hostis** para **hospes**.

A pesquisa de Avena sobre hospitalidade em turismo, conduzida junto aos hospedeiros (proprietários, gerentes e colaboradores que atuam nos equipamentos e serviços turísticos de Ilhéus), observou que os sujeitos têm construída uma representação social de submissão e exploração associada a comportamentos de servidão, servilismo e ser servil, que os impressiona fortemente, sendo este um sentimento antigo e permanente forjado numa relação desumana entre o empregado aviltado, explorado e semi-escravizado e o chamado Coronel do Cacau, figura outrora típica e poderosa da sociedade local, que alimentou a imagem do patrão hostil, mau, perverso, desumano.

Avena observou que essas representações e os sentimentos negativos que elas carregam acabam confundindo e influenciando as representações sociais de *servir* e *estar a serviço de alguém* na prestação de serviços ao hóspede / cliente, os quais podem estar sendo vistos e tratados como padrões temporários (daí o sentido de *hostis*), ao invés de serem recebidos como estrangeiros bem vindos, em busca de abrigo e acolhimento humano (o sentido do *hospes*).

Partindo desse exemplo, fica claro que existem elementos complexos a serem desvendados na hospitalidade comercial, que as abordagens funcionalista, principalmente, e a fenomenológica aplicadas ao estudo da relação entre o fornecedor e o consumidor "de comida, bebida e de um

lugar para dormir" não são capazes de desvelar.

Analisando os desafios epistemológicos e metodológicos que se impõem ao estudo atual do turismo e da hospitalidade, Ada Dencker (2003, p.4) os coloca como campos científicos emergentes, de caráter interdisciplinar, englobando múltiplas dimensões, resultando em uma totalidade cuja complexidade torna limitados os métodos de abordagem reducionistas, predominantes nos levantamentos empíricos.

Segundo Dencker, atualmente há um consenso entre os pesquisadores de que a complexidade faz parte da produção do conhecimento científico em todas as áreas e que as visões parciais e fragmentadas não são suficientes para a análise de fenômenos cuja dinâmica é semelhante à do turismo e da hospitalidade. A complexidade aparece associada ao nível de descrição, aos aspectos estruturais, dinâmicos e funcionais com que focamos nossa abordagem (2003, p.10).

Para justificar uma metodologia da complexidade, Morin (2000, p.199) argumenta que: "O pensamento científico clássico se edificou sobre três pilares: a 'ordem', a 'separabilidade', a 'razão' ... as bases de cada um deles encontram-se hoje em dia abaladas pelo desenvolvimento, inclusive a das ciências, que originalmente foram fundadas sobre esses três pilares".

A pesquisa da hospitalidade e do turismo deve, portanto, teorizar contemplando a perspectiva da complexidade, "buscando entender o contexto atual caracterizado pela crise, mudança, instabilidade, produzindo respostas que permitam adaptações e a produção de respostas coletivas, ainda que dentro de princípios de incerteza" (DENCKER, 2003, p.7).

Para dar conta da complexidade do seu objeto de estudo, no plano do enfoque teórico, Avena utilizou uma abordagem ainda pouco aplicada na pesquisa em turismo e hospitalidade, embora amplamente utilizada e difundida pela psicologia social que a desenvolveu, conhecida como teoria das representações sociais.

### **A teoria das representações sociais**

Pedrinho Guareschi (1994, p.202) considera que é de Denise Jodelet a definição de representações sociais que detém um amplo consenso entre os que discutem esse conceito: "uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, tendo uma visão prática e concorrendo para a construção de uma realidade comum a um conjunto social".

Avena (2002, p.131) faz uso de um detalhamento dessa definição de Jodelet, para explicitar melhor o que seriam as representações sociais: são imagens (compartilhadas) que condensam um conjunto de significações; são sistemas de referência que permitem interpretar o que nos acontece; são categorias que servem para classificar circunstâncias, fenômenos e indivíduos e são teorias que permitem tomar uma decisão sobre os fenômenos. As representações são uma maneira de interpretar e de pensar a nossa realidade cotidiana, o nosso conhecimento social.

Para Maria Cecília Minayo (1994, p.90), essas representações, que primeiramente foram trabalhadas por Durkheim, que as chamou de coletivas, se referem a categorias de pensamento através das quais determinada sociedade elabora e expressa sua realidade. Elas não são dadas *a priori* e não são universais na consciência, mas surgem ligadas aos fatos sociais, transformando-se elas próprias em fatos sociais passíveis de observação e de interpretação.

Para Durkheim, é a sociedade que pensa. Portanto, as representações não são necessariamente conscientes do ponto de vista individual. Elas tanto conservam a marca da realidade social onde nascem, como também possuem vida independente, reproduzem-se e se misturam, tendo como causas outras representações e não apenas a estrutura social. Não existem representações falsas e, assim como as estruturas sociais e as instituições, elas são dotadas de um poder coercitivo que se impõem sobre os indivíduos.

Segundo Minayo (1994, p.92), para Marcel Mauss a sociedade se exprime simbolicamente em seus costumes e instituições através da linguagem, da arte, da ciência, da religião, assim como através das regras familiares, das relações econômicas e políticas. Portanto, para ele, é objeto das ciências sociais tanto a *coisa*, o *fato*, como a sua *representação*, embora chame a atenção para o risco de se reduzir a realidade à concepção que os homens fazem dela.

Porém, Minayo também lembra que a visão de objetividade extrema e positivista das representações sociais, por parte de Durkheim e, principalmente, o poder de coerção que ele atribui à sociedade sobre os indivíduos, de maneira quase absoluta, são aspectos que têm sido duramente criticados pelos adeptos da Sociologia Compreensiva, representada por Weber, e pelos adeptos da Abordagem Fenomenológica, representada por Schutz.

Com os estudos do psicólogo francês Serge Moscovici, as representações sociais ganharam uma conotação menos coercitiva do social sobre o indivíduo, como havia sido atribuída originalmente por Durkheim. Moscovici reconhece que nas sociedades contemporâneas, dotadas de mobilidade e plasticidade principalmente devido à influência das comunicações de massa, que vêm acelerando a aproximação entre a ciência e o senso comum, há pouco espaço para tradições estáveis, com o poder de coerção percebido por Durkheim em sua época.

Para Moscovici, o fenômeno das representações tem um caráter mais moderno, na medida em que na nossa sociedade, ele ocupa o lugar dos mitos, das lendas e das formas mentais correntes nas sociedades tradicionais. (1989, apud KUHNNEN, 2001, 131.html, p.2)

Temas como ecologia, meio ambiente, educação ambiental e desenvolvimento tem se tornado alvos cada vez mais freqüentes de estudos com base na teoria das representações sociais, e Glenn Ross (2001, p.137) refere-se a ela como "um modelo com um potencial considerável para a compreensão dos processos da comunidade em contextos como o crescimento do turismo", lembrando que mais do que opiniões, imagens e atitudes sobre uma realidade social proeminente, "as representações sociais são sistemas de pensamento partilhados por um grande número de membros da comunidade e as formas pelas quais eles ordenam a realidade da comunidade e fornecem códigos ou linguagem para facilitar a interação social".

Como quadro teórico de referência para estudos sobre a hospitalidade em turismo, para tratar das imagens, cognições e afetos que os indivíduos associam à hospitalidade de um lugar turístico, poderíamos tanto optar pela abordagem funcionalista e individual das atitudes, desenvolvida por Allport, sob a luz do positivismo de Comte, como poderíamos optar por uma abordagem que, aproximando e privilegiando igualmente o individual e o coletivo, nos permitisse tratar aqueles aspectos através do conceito de representação social. Esta última abordagem, entretanto, além de já abarcar o objeto da primeira, traz vantagens importantes e tem sido mais aceita na psicologia social.

Rodrigues (1973, p.397) sintetiza as inúmeras definições de atitude social como sendo "uma organização duradoura de crenças e cognições em geral, dotada de carga afetiva pró ou contra um objeto social definido, que predispõem (o indivíduo) a uma ação coerente com as cognições e afetos relativos a este objeto".

Entretanto, e segundo Fishbein e Ajzen (apud GIGLIO, 1998, p.27), "apesar da atitude ser provavelmente o conceito mais importante da psicologia social contemporânea (para explicar e tentar prever comportamentos sociais), existe ainda um grande grau de confusão e ambigüidade no seu tratamento e medição. Poucos autores concordam totalmente em suas definições de atitudes".

Ocorre também, que o individualismo metodológico que norteia a teoria das atitudes faz perder de vista ou, freqüentemente, fornece uma representação inadequada, limitada, ou falsa a respeito da dimensão coletiva dos fenômenos psicossociais que ela estuda, na medida em que tenta explicá-los e predizê-los como um processo individual, utilizando apenas os conceitos da psicologia individual, como cognição, afeto e comportamento.

As definições funcionalistas anglo-saxônicas da hospitalidade comercial encarnam essa visão metodológica e, por essa razão, perdem de vista a dimensão coletiva desse fenômeno.

Moscovici prefere trabalhar com o que ele identifica como "a marca da tensão conduzida pelas instituições e normas formais entre individualização e socialização". Ele considera que a noção de conflito é essencial na teoria das representações sociais, porque elas carregam a marca dessa tensão entre o individual e o coletivo, conferindo-lhe um sentido e uma dinâmica. Sem isso, tem-se uma visão estática de indivíduo e de sociedade (1994, p.12).

As representações sociais são uma síntese das representações individuais e coletivas.

Moscovici trouxe à luz uma psicologia social que rompe com o individualismo teórico que marcou a maioria das conceptualizações presentes na disciplina, não negando o indivíduo, mas também não o considerando como o único centro possível na análise de processos psicossociais (GUARESCHI, 1994, p.17).

Assim, ao pretender restabelecer o elo entre psicologia social, sociologia e antropologia, que a teoria das atitudes não contempla, Moscovici desenvolveu e praticamente estabeleceu como o principal objeto de estudo da primeira, o conceito de representações sociais que, à semelhança das representações coletivas de Durkheim, de onde ele evoluiu, trata as ideologias, os saberes sociais e o senso comum como sistemas coerentes de símbolos e de signos racionais, ou como imagens sociais construídas sobre o real, sendo capaz de englobar também os conceitos tradicionais de opinião, imagem e atitude.

Nesse sentido, a teoria contempla uma visão interdisciplinar e holística dos fenômenos sociais, que Dencker (2003) aponta como ausentes no estudo atual da hospitalidade, mas que são requisitos fundamentais para o seu desenvolvimento como campo científico.

Sobre como essas representações podem ser observadas e estudadas, Moscovici (1994, p.09) esclarece que "os fenômenos que nos permitem identificar de maneira concreta as representações e de trabalhar sobre elas são as conversações, dentro das quais se elaboram os saberes populares e o senso comum".

As verbalizações (conversações) podem ser compreendidas como trocas de representações que orientam os sujeitos em suas ações cotidianas e que permeiam a sua comunicação. E as representações são os dados empíricos dos quais se parte para o conhecimento concreto da consciência dos sujeitos. (LANE, apud GIGLIO, 1998, p.29).

Apresentando um método de análise das representações sociais que vem utilizando e que se insere na tradição hermenêutica de pesquisa, norteadas por pressupostos epistemológicos construtivistas, Mary Jane Spink comenta que as representações sociais, sendo formas de



conhecimento prático, inserem-se mais especificamente entre as correntes que estudam o conhecimento de senso comum (1994, p. 118).

Nesse sentido, segundo Minayo (1994, p.95), Schutz fornece uma contribuição bastante significativa para a operacionalização da pesquisa social qualitativa. Ele usa o termo "senso comum" para falar das representações sociais do cotidiano. Para este autor, da mesma forma que o conhecimento científico, o senso comum envolve conjuntos de abstrações, formalizações e generalizações. Esses conjuntos são construídos, são fatos interpretados, a partir do mundo do dia a dia. Portanto, a existência cotidiana, segundo Schutz, é dotada de significados e portadora de estruturas de relevância para os grupos sociais.

Esses significados, que podem ser objeto de estudo de cientistas sociais, são selecionados através de construções mentais, de representações do senso comum.

Dentro deste contexto, segundo Giglio (1998, p.29), analisar as representações particulares significa, ao mesmo tempo, analisar a dinâmica e a estrutura dos grupos. "Esta posição permite uma operacionalização de coletarmos histórias pessoais e criarmos hipóteses sobre relações grupais".

Mas, quais são os processos que geram as representações sociais?

O primeiro mecanismo, segundo Moscovici (2003, p. 60-70), tenta ancorar idéias estranhas, reduzi-las a categorias e imagens comuns, colocá-las em um contexto familiar. O chamado processo de ancoragem pode tanto classificar e dar nome a alguma coisa nova, até transformar algo estranho e perturbador, que nos intriga, em nosso sistema particular de categorias, comparando-o com um paradigma de uma categoria que nós pensamos ser apropriada.

Um exemplo do processo de ancoragem se observa quando um grupo chega a uma pequena cidade, a um bairro, ou a um lugar turístico e, inicialmente, é visto com curiosidade pelas pessoas do lugar que, em seguida, passam a julgá-lo por padrões convencionais, comparando-o a vagabundos, a turistas excêntricos e endinheirados, a farofeiros, a curiosos intrusos, ou mesmo a potenciais consumidores. Um outro exemplo, é quando a população local classifica os imigrantes como um grupo de categoria social inferior.

No estudo de Avena, os sujeitos vêem e tratam o turista como um padrão temporário, o ato de receber e hospedar é desempenhado com algum sentido de servidão, esses elementos estão ancorados a conhecimentos socioculturais e históricos muito profundos nesse grupo social.

Segundo Spink (1993, p. 03), a ancoragem é um processo de incorporação de novos elementos no pensamento já constituído, a partir das pressões do grupo.

O segundo processo, que Moscovici denomina de objetivação (2003, p.71-78) e considera como um processo muito mais atuante do que a ancoragem, une a idéia de não-familiaridade com a de realidade, tornando-se a verdadeira essência da realidade. É transformar uma representação na realidade da representação, transformar a palavra que substitui a coisa, na coisa que substitui a palavra. Por exemplo, quando comparamos um conceito difícil de abstrair a alguma coisa mais fácil de ser imaginada, como associar o inconsciente a um lugar escuro e inacessível da nossa mente e passar a usar essa representação como a realidade dele. Ou, associar a hospitalidade de uma cidade, que é um conceito abstrato e complexo, com uma imagem mais concreta de pessoas sorrindo nas ruas, o tempo todo, convidando viajantes para entrar em suas casas e transformar essa imagem num referencial de cidade hospitaleira.

Moscovici considera a materialização de uma abstração, uma das características mais misteriosas do pensamento e da fala. Objetivar é descobrir a qualidade icônica de uma idéia, ou de um ser impreciso; é reproduzir um conceito em uma imagem: "Temos apenas de comparar Deus com um pai e o que era invisível, instantaneamente se torna visível em nossas mentes, como uma pessoa a quem nós podemos responder como tal" (2003, p. 72).

A objetivação ocorre no grupo social, como mecanismo de tornar concreto o que é abstrato e as imagens tem por finalidade substituir, tomar o lugar das abstrações, dos conceitos, objetivando-os. Grupos sociais associam imagens e representações mais concretas para inúmeras coisas, como para o que seria o neurótico, a psicanálise, a hospitalidade, o turismo, a Internet, o colesterol, o mercado, a inflação, a globalização, a miséria, o Triângulo das Bermudas, a AIDS, a vida após a morte, substituindo seus conteúdos conceituais abstratos.

Pode-se conjecturar, em que medida as representações sociais não expressariam uma dialética do conhecimento de senso comum, através desses dois processos de ancoragem e objetivação, que propiciariam a tríade permanente da tese - antítese - síntese - nova tese - ... .

## **Conclusões**

Como vimos, a pesquisa da hospitalidade em turismo constitui-se num desafio grande do ponto de vista teórico, metodológico e epistemológico, mas existem instrumentos de conhecimento dos fenômenos sociais capazes de viabilizar essa pesquisa, sem que se tenha de recorrer a pressupostos que, hoje, estão bastante abalados com a chamada crise do conhecimento científico, ou a crise da racionalidade. Os novos caminhos abertos tanto pela epistemologia da complexidade, quanto por enfoques teóricos como o das representações

sociais não prometem nem a certeza do conhecimento e nem a previsibilidade dos fenômenos complexos. Por outro lado, convocam a uma dialógica e convidam a enfrentar a complexidade dos objetos de estudo sob novos paradigmas, com a consciência de que, conforme conclui Morin, "estamos condenados ao pensamento inseguro, ...mas somos capazes de pensar nestas condições drásticas".

## Referências bibliográficas

- AVENA, Biagio Maurício. **Turismo, Educação e Acolhimento de Qualidade: Transformação de *hostis* a *hospes* em Ilhéus, Bahia**. 2002. Dissertação (Mestrado em Educação). Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Ilhéus, 2002.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 6. ed. atual. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001
- CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **O desafio da hospitalidade**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2003 (apostila de texto a ser publicado).
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 2002
- \_\_\_\_\_. **A abordagem científica em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2003 (apostila de texto a ser publicado), p.1-16.
- DIAS, Célia Maria de Moraes. O modelo de hospitalidade do Hotel Paris Ritz: um enfoque especial sobre a qualidade. In: DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade. Reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.
- DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Abril, 1978. (Coleção Pensadores).
- FARR, Robert M. Representações sociais: a teoria e sua história. In: GUARESCHI, P. & JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.). **Textos em Representações Sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994, p.31-59.
- GIGLIO, Ernesto. **Um estudo exploratório sobre as representações sociais presentes no processo de decisão de compra de imóvel**. Dissertação de mestrado em Administração - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo: São Paulo, 1998.
- GUARESCHI, Pedrinho A.; JOVCHELOVITCH, Sandra. (Orgs.). **Textos em Representações Sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- \_\_\_\_\_. Introdução. In: GUARESCHI, Pedrinho A.; JOVCHELOVITCH, Sandra (Orgs.). **Textos em Representações Sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- KUHNEN, Ariane. **Representações sociais e meio ambiente: Estudo das transformações, apropriações e modos de vida na Lagoa da Conceição - Florianópolis - SC**. Tese de doutorado em Ciências Humanas - Sociedade e Meio Ambiente - Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina: Florianópolis, 2001. Disponível em: < <http://ambiente.hpvip.com.br/> > Acesso em: 01 jan. 2003, 16:05.
- LASHLEY, Conrad. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (Orgs.). **Em Busca da Hospitalidade: Perspectivas Teóricas e Debates**. São Paulo: Manole, (a ser publicado em 2003), p.1-26.

- MINAYO, Maria Cecília de Souza. O conceito de Representações Sociais dentro da sociologia clássica. In: GUARESHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.). **Textos em Representações Sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- MOESCH, Marutschka Martini. **A produção do saber turístico**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.
- MORIN, Edgar. **A inteligência da complexidade**. São Paulo: Peirópolis, 2000.
- MOSCOVICI, Serge. Prefácio. In: GUARESHI, P. & JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.). **Textos em Representações Sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994, p.07-16.
- \_\_\_\_\_. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.
- RODRIGUES, Aroldo. **Psicologia Social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1973.
- ROSS, Glenn F. **Psicologia do Turismo**. São Paulo: Contexto, 2001.
- SPINK, Mary Jane. **Permanência e diversidade nas representações sociais da hipertensão arterial essencial** - XXXIII Reunião Anual de Psicologia; Sociedade Brasileira de Psicologia, 1993.
- \_\_\_\_\_. Desvendando as teorias implícitas: uma metodologia de análise das Representações Sociais. In: GUARESHI, Pedrinho A.; JOVCHELOVITCH, Sandra. (Orgs.). **Textos em Representações Sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.