

AFETIVAÇÃO E AUTOPOIESE: DIMENSÃO SUBJETIVA NAS INTERAÇÕES COM AS CATARATAS DO IGUAÇU

Affectivation and autopoiesis: subjective dimension in interactions with the Iguaçu Falls

Simone Maria Sandi¹ & Maria Luiza Cardinale Baptista²

RESUMO

Este artigo objetiva discutir conceitos de afetivação e de autopoiese, nas interações dos turistas com o destino turístico. O texto é relato parcial de pesquisa de doutorado, com perspectiva qualitativa e transdisciplinar, a partir da estratégia metodológica Cartografia dos Saberes. Como resultados parciais, esses conceitos nos convidam a refletir epistemológica e teoricamente o conceito de turismo normalmente trabalhado. Esse tipo de vivência de turismo sinaliza os entrelaçamentos subjetivos, os afetos, as energias, onde as emoções se interconectam nas tramas desde a concepção da viagem. A afetivação entre o turista e o destino turístico viabiliza transformações e autopoiese, entre ambas as partes. Em vários contextos, pode-se verificar a importância desse conhecimento na garantia do melhor aproveitamento e satisfação das férias. O estudo contribui para ampliar as reflexões contemporâneas sobre o turismo enquanto experiência subjetiva, processual e transformadora.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo-trama; Destino turístico; Afetivação; Autopoiese; Foz do Iguaçu.

ABSTRACT

This article aims to discuss the concepts of affectivation and autopoiesis in the interactions between tourists and tourist destination. The text presents a partial report of a doctoral research, developed from a qualitative and transdisciplinary perspective, based on the methodological strategy of Cartography of Knowledge. As partial results, these concepts invite epistemologically and theoretically reflection on the concept of tourism as it is commonly addressed. This type of tourism experience highlights subjective intertwinings, affects, and energies, in which emotions interconnect within networks that begin at the very conception of the trip. The affectivation between the tourist and the tourist destination enables transformations and autopoiesis for both parties. In various contexts, the relevance of this

¹ **Simone Maria Sandi** – Mestra. Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil. Bolsista PROSUC/CAPE. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4504421423910162>. E-mail: smsandi@gmail.com.

² **Maria Luiza Cardinale Baptista** – Doutora. Professora no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2996705711002245>. E-mail: malu@pazza.com.br.

knowledge can be observed in ensuring better enjoyment and satisfaction during vacations. The study contributes to broadening contemporary reflections on tourism as a subjective, processual, and transformative experience.

KEYWORDS

Tourism-weave; Tourist destination; Affectivation; Autopoiesis; Iguaçu Falls.

INTRODUÇÃO

Este artigo tem por objetivo discutir os conceitos de afetivação e autopoiese, na relação entre o turista e o destino turístico, tendo como *lócus* da pesquisa as Cataratas do Iguaçu. Enquanto sujeitos, deslocamo-nos continuamente de um lugar para o outro, participando dos ambientes, das conversas e da tomada de decisões, deixando as nossas ‘marcas’ e ‘pegadas’. Isso acontece quando utilizamos qualquer serviço, quando interagimos com qualquer pessoa, mesmo que seja uma saudação ao vigia do prédio. É praticamente impossível sair de casa, passar despercebido pelos lugares e voltar da mesma maneira, pois não apenas interferimos no fluxo dos acontecimentos que envolvem pessoas e lugares, como também somos afetados. Simplesmente somos transversalizados por seres e ambientes que encontramos. Nessa interação entre o lugar e o sujeito, Martins (2008, p. 32) destaca:

Imagens se comportam como membranas que se desprendem da matéria, de superfícies, objetos e estruturas. Elas nos intrigam e questionam porque nos interpelam. Visualizadas, imagens podem ser deslocadas de maneira volátil e, ao penetrarem a mente, criam pegadas simbólicas.

Na rotina, percorremos lugares sem nem ao menos olhar para os lados, movidos pelo relógio, pelos compromissos, pela atenção focada no trânsito ou na próxima coisa a fazer. E, de repente, como um passe de mágica aparece um prédio em uma das estradas que costumamos pegar, alguma loja nova surge e nem nos damos conta que a antiga fechou. É como se a mudança tivesse acontecido num ‘estalar de dedos’. Vivemos a maior parte do tempo num estado robotizado, sem estar presentes no que fazemos e com quem interagimos. Nesse sentido, Waldo Vieira (2010, p. 53) denomina de robotização existencial (*robéxis*), a “condição na qual a consciência humana, ainda muito troposférica, vive excessivamente escravizada à vida intrafísica, animal, afundada na massa impensante”.

Quando saímos da rotina, ou para lazer ou para férias, permitimo-nos relaxar e olhar ao redor. Afinal, nós nos preparamos fisicamente, energeticamente, emocionalmente e mentalmente para estarmos lá. Além de todas as providências necessárias para fazer uma pausa na rotina, sem ter repercussões e consequências na volta, pagamos para ir ao lugar que desejamos conhecer e/ou estar. O afastamento da rotina permite que “nossos sentidos se abram para um conjunto de estímulos que contrastam com o cotidiano e o mundano” (Urry, 2001, p. 17).

O destino turístico é cuidadosamente escolhido, estudado e sonhado previamente. Somos motivados por histórias do lugar contadas por terceiros; pela imagem e perspectiva de experiência transmitida pela mídia; pelo desejo da fuga da rotina; pelo conhecimento do novo e outros motivos. Os lugares são escolhidos em função de uma expectativa perpassada, muitas vezes, pela fantasia de que podem ser acessados sentidos diferentes daqueles com que habitualmente estamos acostumados a sentir (Urry, 2001).

Já no destino turístico, uma das posturas possíveis é observarmos o entorno e nos abirmos para a experiência, observando cada detalhe e dando especial atenção a cada encontro com pessoas. Essa postura nos permite o acoplamento com as energias e sentimo-nos tocados, afetados pelo lugar, podendo sentir sentimentos como de acalmia, alegria, satisfação, realização ou euforia. Outros sentimentos e sensações, não tão confortáveis, também podem acontecer eventualmente como ansiedade, expectativa, medo, pressão no peito, dor de cabeça ou dor de barriga. O acoplamento com o lugar permite a assimilação de informações pelas energias, considerando os elementos que compõem esse ambiente, como plantas, pessoas e bens materiais. Vieira (2009, p. 681) propõe a definição de acoplamento áurico, sendo o “desenvolvimento de empatia, interfusão e junção temporária das auras energéticas dos veículos de manifestação de duas ou mais consciências.” A natureza não é uma consciência, mas possui energia por ser um organismo vivo.

Nesse momento, ocorre a afetivação com o lugar. Em uma primeira busca pelo significado da palavra ‘afetivação’, em dicionário virtual, ela não é encontrada. ‘Afetar’, sim, com o sinônimo da ideia que trazemos aqui: a de impressionar, a de tocar. Podemos encontrar, avançando, a palavra ‘a(fe)tivação’, como Rolnik (1989) descreve em seu livro “Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo”, associando ao corpo vibrátil, onde podemos deduzir que o destaque ‘fe’ seja para sinalizar a emoção, o sentimento. Deparamo-nos, também, com ‘afetiv(ação)’, proposto por Baptista (2019), que destaca a ação que afeta e toca os afetos.

As Cataratas do Iguaçu, no cenário do Parque Nacional do Iguaçu (PNI), foram escolhidas como destino turístico de potência em que a afetivação pela natureza permite a possibilidade de transformação interna, de autopoiese. Palavra originalmente da área da Biologia, criada por Maturana e Varela (1997), teve o seu significado ampliado por Baptista (2019), juntamente com o termo de afetivação. Baptista é também a coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese, que desenvolve estudos nessa linha teórica de abordagem há mais de dez anos.

Como estratégia metodológica, foi utilizada a Cartografia dos Saberes, proposta por Baptista (2014b) e atualizada por Baptista e Eme (2023), em que a pesquisa se orienta com cinco trilhas investigativas, que serão desenvolvidas no próximo capítulo. As trilhas são: “Entrelaços-nós” da Pesquisa, sendo os ‘nós’ também conhecidos como palavras-chave; Saberes Pessoais ou Dimensão Subjetiva, que envolve os saberes e experiências das autoras; Trama Teórico-Conceitual-Bibliográfica, com os fundamentos básicos dos autores com os quais a pesquisa conversa; a Usina de Produção ou Trama dos Fazeres, a produção da escrita contando com as informações levantadas; e a Dimensão Intuitiva da Pesquisa, muito considerada nos debates do grupo de pesquisas Amorcomtur!. Trata-se aqui da compreensão de que a intuição perpassa todo o estudo, como possibilidade de brotações espontâneas de informações.

O aprofundamento da pesquisa com o apoio da bibliografia, experimentações e observações diretas no cenário das Cataratas do Iguaçu, trouxe à tona situações de afetivação em vários contextos. Foi possível verificar, no âmbito do turismo, o quanto essas reflexões prévias podem ajudar na atenção do turista nesse fenômeno e garantir o melhor aproveitamento e satisfação das férias.

Para começar, é interessante avaliar se as expectativas das férias são pessoais, genuínas ou se são influenciadas pelas provocações de cunho capitalista, como a do incentivo às compras, a indução sutil do entendimento do que é ‘fazer turismo’. A interação entre o turista e essas provocações, às vezes direcionada, pode gerar afetivações acionando também afetos não bons, promovendo estresses e desgastes físico-emocionais. Esse processo de afetivação direcionada pode ser evitado quando há um planejamento prévio da viagem. Esse planejamento precisa estar desconectado da idealização ou as cristalizações de obrigatoriedade de vivências relacionadas ao modo como o destino turístico é vendido e conectado com o que verdadeiramente se espera da viagem.

Geralmente a expectativa-mor das férias é acalmar a mente, recarregar as energias e restaurar o que ‘sobrou’ de uma rotina, às vezes, vivida com foco no trabalho. Em outros casos, no entanto, o sujeito pode se conectar com uma determinada imagem prévia idealizada do lugar e essa conexão cria afetivações direcionadas ao cumprimento de roteiros preestabelecidos.

Quando vivemos a experiência subjetiva plena de desterritorialização, é comum sentir dúvidas sobre o que fazer. Pensa-se em várias possibilidades, são feitas escolhas de acordo com os desejos, as companhias, as questões econômicas. E, nesses momentos de insegurança, o ambiente capitalista aciona estímulos que, às vezes, confundem, não dando tempo para o turista desenvolver o que espera da viagem, uma vez que essa viagem é organizada por outrem. Os conceitos de afetivação e autopoiese ajudam a pensar o turismo como processualidade, como transversalização desejante. Nem sempre os afetos são bons e genuinamente produzidos pela interação dos sujeitos com os lugares transversalizados no processo turístico. A questão reflexiva, então, está em compreender o processo de afetivação, para que a autopoiese seja efetivamente geradora de bem-estar, satisfação, alegria e bons resultados para a experiência da viagem turística.

Vale ressaltar que a experiência singular do sujeito pesquisador, longe de limitar o estudo, constitui-se como eixo central de análise, uma vez que a afetivação e a autopoiese se manifestam prioritariamente no plano da subjetividade.

O artigo é apresentado em 5 seções: Introdução; Revisão da Literatura; Metodologia; Resultados e Discussão; Conclusão; Referências.

REVISÃO DE LITERATURA

Quando falamos de quebra de rotina, de troca de ‘ares’, de viagem e de seu percurso, oportunidades para conhecer lugares novos, conhecer outras pessoas e ter novas experiências, estamos falando de turismo. No caso desta abordagem, estamos falando de turismo como um processo complexo de desterritorializações desejantes e transversalizações ecossistêmicas, como ensina Baptista (2019). E aqui, nos conceitos, saímos da vivência, comumente conhecida, da experiência pelo viés capitalístico em que é oferecida ao turista uma viagem cheia de atividades e estímulos visuais. Considerando esse ‘olhar’ pela afetividade que ocorre entre o turista e o destino turístico, Barretto (2004) convida-nos a pensar que outro turismo é possível:

O turismo é um fenômeno social que reproduz e reflete os problemas da sociedade em que é praticado, da política econômica, das políticas públicas na área da educação e da saúde, da política trabalhista, da (in)justiça distributiva, enfim, do modelo econômico e político que essa sociedade escolheu. Outro turismo possível requer um outro modelo de sociedade possível, onde o ser humano seja mais importante do que a circulação do capital.

Focar no ser humano, neste caso, o turista, implica importar-se com o seu bem-estar acima das demandas capitalistas. Afinal, a origem do turismo se deu com a intenção de melhoria da saúde, melhoria do bem-estar da pessoa. Como prova disso, Ribeiro (2019) traz em sua tese um levantamento histórico-conceitual de turismo, no qual os dois primeiros conceitos, por ela elencados, dão ênfase no prazer da viagem, das trocas culturais e do contato com a natureza. Somente após 1910, observa-se a mudança da ênfase para o lado econômico.

Observam-se, contudo, vários segmentos e elementos que são acionados direta ou indiretamente à viagem turística. É o que Baptista (2019) chama de 'tramas', palavra que ela agregou à palavra turismo no seu conceito, transformando-o numa expressão composta. Turismo-trama, portanto, são:

[...] processos complexos de desterritorializações desejantes, envolvendo o acionamento e entrelaçamentos de diferentes ecossistemas. O sujeito que se desloca é também sujeito de transposições e transversalizações ecossistêmicas, que agencia a movimentação e conexão de mundos, de universos de significações, de referências, de produção e consumo. Desse modo, aciona uma teia de materialidades e imaterialidades, desde as potentes tramas econômico-político-sociais-culturais e de prestação de serviços, até os subjacentes fluxos de energias das partículas, de acionamento quântico, que atinge também os níveis de afetos. Com o turismo, tudo se movimenta e se transforma, ao mesmo tempo que o movimento de desterritorialização, em si, autopoietiza (reinventa) sujeitos e lugares, das dimensões ecossistêmicas envolvidas. (pp. 70-71).

A fala de Urry (2001, p. 17): "O olhar do turismo é direcionado para aspectos da paisagem do campo e da cidade que os separam da experiência de todos os dias.", nos dá a entender que o turista, em sua escolha do destino turístico, tem a tendência de procurar um lugar diferente do seu. Essa ideia é reforçada, quando ele diz que "as pessoas precisam vivenciar prazeres

particularmente distintos, que envolvam diferentes sentidos, ou que se situem em uma escala diferente daquela com que se deparam em sua vida cotidiana” (Urry, 2001, p. 95).

O destino do turismo, por Buhalis (2000), é a combinação de todos os produtos, serviços e experiências fornecidos no lugar. Na perspectiva de maior envolvimento do turista com o destino, Baptista (2019) convida o autor de narrativas dos destinos turísticos a olhar sob a perspectiva da amorosidade e sensibilidade que possibilite promover afetivações dos interessados, no sentido de ir ao encontro desse destino. Esse encontro com o destino turístico, na expectativa de experiência turística de transformação pessoal e do lugar, é o que se entende aqui neste artigo, que ocorra o fenômeno da afetivação. Nesse sentido, afetivações são “ações que acionam os afetos, transversalizadas de intensidades e geradoras de energias, capazes de mobilizar os sujeitos” (Baptista, 2019, p. 64).

Cada lugar tem a sua singularidade e o seu magnetismo que atrai os olhos atentos de qualquer pessoa que esteja disposta a percebê-lo. Nesse contexto, o turista, liberado dos compromissos de rotina, permite-se maior conexão. A abertura para a experiência desperta a sensibilidade do admirador, ampliando suas percepções e promovendo transformações. Conforme diz Baptista (2019, p. 69), “é preciso ‘*amar la trama*’ ecossistêmica de cada destino, de cada lugar, mais que o ‘*desenlace*’ (o que separa, diferencia, desconecta).” Nesse envolvimento que o turista se permite com o destino turístico, Rolnik (1989, p. 95) diz que as pessoas são “expostas a encontros aleatórios, a afetar e serem afetadas de todos os lados e de todas as maneiras: a se desterritorializarem”. Segundo Sodré (2016, p. 28):

Afeto é o nome recente para o que antes se designava como afecção, [...] sendo a *affectio* um estado do corpo afetado por outro presente, e o *affectus* uma passagem de um estado a outro, são diferentes as *afecções-imagens* ou *ideias* dos *afetos-sentimentos*. O afeto supõe uma imagem ou uma ideia, mas ela não se reduz, por ser puramente transitivo e não representativo.

As afeições, ou afecções, de acordo com Sodré (2016), dependem de como as pessoas se encontram de corpo e espírito, sendo o corpo a ideia que o espírito lhe corresponde. Essa ideia reporta ao corpo vibrátil que menciona Rolnik (1989, pp. 35-36): “Você próprio é que terá de encontrar algo que desperte seu corpo vibrátil, algo que funcione como uma espécie de *fator*

de afetivação em tua existência. Pode ser um passeio solitário, um poema, uma música, um filme, um cheiro ou um gosto”.

Essa afetivação ocorre entre as várias partes do envolvimento, sendo elas material ou imaterial. Segundo Baptista (2019), essa afetivação mútua pode gerar autopoiese, que faz parte da transformação, dos sujeitos envolvidos. O conceito de autopoiese foi primeiramente proposto por Maturana e Varela (1997) trazendo à tona ao que é essencial do ser vivo. Segundo Baptista (2019), apesar de os biólogos oferecerem o conceito como matriz metafórica de ‘como sobreviver’, considera que a palavra, como signo, carrega em si matrizes de significação que dialogam com o conceito de máquinas autopoieticas da Esquizoanálise, de Maturana e Guattari. A autora afirma que a matriz significacional da palavra está na potência de entrelaçamentos, que pode ser associada a diferentes ecossistemas.

Inspirada na proposta do conceito produzido no universo da Biologia de Maturana e Varela (1997), Baptista (2019, p. 73) conta que tem se referido à autopoiese como “a reinvenção de si, que se faz no encontro, no entrelaçamento, nas redes de afetos e vínculos, no ‘refazendo’, no processo de vivenciar o ‘estar junto’, a convivência”. A autopoiese decorre de um conjunto de ações que geram transformações. Para que isso aconteça, precisa haver interação, envolvimento com predisposição ao acoplamento energético e afetivação com o destino turístico. Baptista (2019, p. 59) apresenta o fenômeno autopoiese num dos seus percursos das reflexões:

Assim, como pistas iniciais entrelaçadas, trago: ações que acionam os afetos (afetivações); atitude (ato no todo) que promove o amor, em sentido amplo, como ética da relação, do cuidado (amorosidade); movimento de reinventar-se, autoproduzir-se, autopoietizar-se (autopoiese). Visão ecossistêmica: ampliação do olhar, para o sistema da vida, em teia, em entrelaçamentos muitos.

Com base nesses referenciais, compreende-se que a experiência subjetiva singular constitui campo válido e potente de análise para a investigação dos processos de afetivação e autopoiese no turismo.

METODOLOGIA

Como foi ressaltado anteriormente, este artigo é relato parcial de pesquisa que está sendo realizada em nível de doutorado, com perspectiva qualitativa e transdisciplinar, a partir da estratégia metodológica Cartografia dos Saberes, de Baptista (2014b) e atualizada por Baptista e Eme (2023).

O estudo é produzido, em alinhamento com pressupostos contemporâneos da ciência. Nesse sentido, o pesquisador é como um artesão que vai tecendo os saberes, considerando a conexão de uma teia-trama, em cinco trilhas investigativas: “Entrelaços-nós” da Pesquisa, Saberes Pessoais ou Dimensão Subjetiva, Trama Teórico-Conceitual-Bibliográfica, Usina de Produção ou Trama dos Fazeres e a Dimensão Intuitiva da Pesquisa. Nessa perspectiva, a experiência subjetiva das autoras é compreendida como campo legítimo de produção de conhecimento, não dependendo da participação direta de múltiplos sujeitos.

Os “Entrelaços-nós” da Pesquisa são trilhas investigativas que podem ser percebidas pelas palavras-chave do texto. Neste caso, temos: turismo-trama, destino turístico, afetivação, autopoiese e Cataratas do Iguaçu (*lócus* vivenciado por ambas as autoras para desenvolvimento da discussão).

Os Saberes Pessoais ou Dimensão Subjetiva correspondem à trilha que envolve os saberes teóricos e experienciais das autoras. Uma delas teve a oportunidade de passar dias de imersão no Parque Nacional do Iguaçu, na condição de pesquisadora do Mestrado, quando refletiu sobre o lugar e sobre a responsabilidade, direta ou indireta, que o ser humano possui em relação ao ecossistema (Ávila et al., 2021; Eme et al., 2021; Sandi, 2022).

Já a Trama Teórico-Conceitual-Bibliográfica envolve teorias, conceitos e argumentações de autores com os quais a presente pesquisa conversa. Em termos operacionais corresponde ao levantamento de cartografia bibliográfica de teorias, conceitos e pesquisas realizadas sobre os entrelaços-nós.

A Usina de Produção ou Trama dos Fazeres é o momento de produção da escrita que se constrói, envolvendo processos e procedimentos diversos para levantamento e agrupamento das informações. Procedimentos estes como: diversas visitas na condição de turista e de

pesquisadora; conversações com turistas; entrevistas a profissionais; observação como participante e produção de sínteses.

A Dimensão Intuitiva é compreendida como um processo presente e frequente nas investigações. Em alguns momentos, manifestam-se sincronicidades nas falas das pessoas, nos textos pesquisados, nos encontros do grupo de pesquisa Amorcomtur!. Nas conversações dos Encontros Caóticos, emergem conteúdos espontâneos que se conectam com pistas internas dos pesquisadores. A postura de permanecer conectado com o tema de pesquisa, mesmo em momentos de lazer ou durante a realização de outras atividades, favorece que a dimensão intuitiva contribua para o aprofundamento e a ampliação do conteúdo investigado.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A escolha de um destino turístico como as Cataratas do Iguaçu demonstra, de certa maneira, a necessidade consciente ou inconsciente de contato com a natureza. Para chegar a esse destino, o turista passa por uma movimentação em sua vida, porque, para ele, conseguir sair da rotina e preparar os detalhes da viagem, concomitantemente, é necessária organização, decisões, adaptações, com uma ‘pitada’ de estresse. “O deslocamento, a desterritorialização, depende do acionamento de afetivações” (Baptista, 2014a, p. 102).

No deslocamento da origem ao destino há sempre uma incógnita, podendo fluir dentro do esperado ou não. De qualquer forma, requer atenção aos horários, às sinalizações, às placas informativas... Se for de carro, também requer o uso de aplicativo para direcionamento, ocorrem paradas para lanche, abastecimento e descanso, situações de congestionamento, variações do clima entre sol e chuva, entre outros. Dessa forma, chegar à entrada do Parque Nacional do Iguaçu (PNI) pode dar a sensação de alívio, por ter superado os ‘desafios’ do percurso. É possível respirar fundo e sentir alívio e bem-estar já no primeiro contato com a mata. O som do canto dos pássaros, o cheiro fresco do ar puro dão a sensação de esvaziamento mental. Assim inicia-se o envolvimento com o lugar, o que permite o acoplamento energético e afetivações pela natureza, desencadeando-se a autopoiese com possíveis transformações internas.

O contato com as Cataratas do Iguaçu, de perto, é uma experiência extraordinária, se vivenciada plenamente. As águas em quedas demonstram a sua potência, tornando o cenário um espetáculo a ser contemplado em estado de maravilha, um estado que, se mantido por um tempo, pode até dar a sensação de fazer parte das Cataratas. Ocorre, deste modo, a afetivação:

o turista se sente afetado por ela, a queda das águas produz sons que acompanham as batidas do coração de quem a está apreciando, tudo ao redor vibra. As inúmeras gotículas liberadas pelas quedas umedecem o ar podendo, inevitavelmente, molhar os turistas ao seu redor.

Cabe ao turista perceber a experiência durante a afetivação com as Cataratas do Iguaçu. Sodré (2016, p. 81) conceitua percepção como sendo a “intuição primeira de um conjunto ou um todo exterior ao sujeito, a partir de uma impressão sensorial e graças a uma estrutura específica, sempre na dependência de um sentimento de realidade.” Ele também faz menção à imagem subjetiva, a que vimos internamente, considerando sensações diversas, podendo ser visuais, auditivas, gustativas, olfativas e táteis (Sodré, 2016)

Ao chegar bem perto das grandes quedas das Cataratas do Iguaçu, na fotografia realizada por uma das pesquisadoras e apresentada na Figura 1, por exemplo, o turista é afetado pela potência das águas, sentindo o barulho das quedas palpitar juntamente com o próprio coração. Esse momento de acoplamento pode tanto ser acolhedor quanto assustador, dependendo do estado íntimo do turista. A intensidade da afetivação é diferente para cada um. Tem relação com expectativas, com valores e entrega à vivência da experiência.

11

Figura 1. Encontro com as Quedas d'Água das Cataratas



Fonte: As autoras (2022).

Algumas vezes, apesar de o ambiente ser homeostático³ e cheio de energias, como no caso do destino turístico em questão, a potência das águas pode desvendar tormentos internos e

³ **Homeostático.** “Relativo à homeostasia, à estabilidade ou ao equilíbrio das funções do organismo e de suas composições químicas.” Disponível em: <https://www.dicio.com.br/homeostatico/> Acesso em: 29 maio 2024. Aqui, a palavra foi utilizada pelas autoras no sentido de equilíbrio energético da natureza.

provocar certo incômodo, a tal ponto de a pessoa querer sair de perto. Pode ocorrer, também, que o turista não consiga deixar a 'bagagem da sua vida' na porta do PNI, mantendo o contato com as demandas da rotina pelo celular ou com sua companhia de viagem, não permitindo o envolvimento na experiência com o destino turístico. Dessa forma, a experiência de afetivação do turista pode não ocorrer tão intensa, ou conscientemente, ou não ser muito positiva.

O descaso e a decisão do turista de não se envolver com o ambiente que está visitando podem gerar algum tipo de incidente pela desatenção, como torcida de pé, ferimento causado por calçado, perda de objetos pessoais, quedas e outros. Contratempos que podem absorver mais a atenção do turista do que a energia potente da natureza e das águas. Aliás, essa energia potente, nessas condições, pode até incomodá-lo, fazendo-o retirar-se imediatamente do local.

Durante a imersão de uma das autoras no PNI, ela observou que a maioria dos turistas não ficava muito tempo no parque, informação confirmada posteriormente por um integrante da equipe da administração de que a média de estada de um turista era de cerca de 1h30min. É o tempo necessário para percorrer de ônibus até o Hotel das Cataratas, descer as escadas ao longo da costa do rio até as quedas d'água, apreciar um pouco o lugar e voltar. Paradas para a compra de *souvenirs*, fotos realizadas por fotógrafos e alimentação podem aumentar esse tempo de visitaçãõ. De qualquer forma, mesmo o turista aproveitando os serviços, facilidades e entretenimentos existentes dentro do PNI, observa-se a passagem de turistas pelo local, como que seguindo uma rota, sem muita entrega à experiência. As paradas dos turistas são para fotos, e alguns tentam o mesmo cenário para fotos de vários ângulos. Nesse sentido, é interessante o que afirma Urry (2001, p. 187): "A fotografia dá uma forma à viagem. É motivo para se parar, tirar uma foto - clique! - e prosseguir".

Em contraposição, no quesito da afetivação, da mesma forma que o turista é afetado pelo destino turístico, o lugar também é afetado pelo turista. Cada turista que entra no Parque Nacional deixa os seus rastros e marcas, direta ou indiretamente. Primeiramente a sua entrada é contabilizada com a de tantos outros turistas, envolve planejamento e concretização de estrutura de serviço e capacidade. Serviços de atendimento, transporte, alimentação, sanitários, contentores de lixo, ambulatorial e outros. Por outro lado, ele também deixa marcas em seu deslocamento no parque, com as suas energias conscienciais, resíduos e ações realizadas com os bens materiais, com as pessoas, animais e plantas. O seu deslocamento pode tanto deixar o lugar melhor quanto pior.

Essas vivências confirmam o que Baptista (2019) compreende como afetivação enquanto ação que aciona os afetos, transversalizada por intensidades capazes de desencadear processos autopoéticos, tanto no sujeito quanto no lugar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A reflexão epistemológica-teórica, associada às práticas de desterritorialização desejante relacionadas às Cataratas do Iguaçu, é a de que o turismo precisa ser pensado para além das materialidades. O sentimento de acalmia que se almeja como resultado das férias se conquista na entrega à vivência que o destino turístico pode oferecer. De alguma forma, a maioria dos turistas espera das férias um resultado renovador. Para isso, é preciso escutar os próprios afetos e se abrir para uma interação mais densa com o lugar, permitindo que a afetivação com o lugar resulte num maior autoconhecimento. Para que a afetivação com o destino turístico gere transformação, isto é, autopoiese, é preciso estar aberto a mudanças, sendo essas já identificadas ou as que nos surpreendem na trajetória.

Há uma turbulência no sistema que desencadeia um processo de transmutações. No planejamento da viagem já devemos considerar os imprevistos, na verdade não sabemos exatamente o que vai acontecer. Segue-se uma rota mais ou menos mapeada, porém, à medida que as situações vão se desenrolando, outros caminhos e opções de mudanças de planos vão surgindo. É possível esboçar o planejamento da viagem e atender às expectativas, porém, a forma como vai acontecer, as pessoas que estarão envolvidas, a própria interação com o lugar não poderá ser prevista. Enfim, para que haja de fato autopoiese, o turista precisa ampliar o seu modo de 'viver' o momento presente conectado com o que se deseja intimamente ser afetado. É preciso ampliar a consciência em relação ao significado da viagem.

Em discussões no grupo de pesquisa Amorcomtur!, a afetivação é para o bem-estar da pessoa considerando os afetos pelo qual ela se interessa. São os bons afetos que vão fazer com que cada turista se sinta melhor, que ele viva a viagem com intensidade e plenitude a tal ponto de ser recarregado pelas energias da desterritorialização. A desterritorialização é considerada uma energia de potência e de reinvenção porque ela permite que o turista saia de sua rotina formatada e vá experimentar outro ambiente. Ela pode acontecer na mesma cidade, nas situações que exigem da pessoa se preparar e se organizar de outra maneira, de encontrar

outras pessoas, ver outros cenários. As desterritorializações desejantes acionam afetos que abrem potências de transformações, de autopoieses.

A experiência em *lócus* realizada pelas autoras no encontro com as Cataratas do Iguaçu teve o intuito de transportar o leitor, por meio da imaginação ou visualização, à postura de abertura em relação aos processos de afetivação e autopoiese. Fica o convite para a adoção dessa postura nos seus próprios destinos turísticos escolhidos.

Todo o lugar tem algo a contribuir, algo que nos toca e nos transforma. Cabe a nós fazermos com que essa transformação seja para o melhor, porque nem sempre esse contato é positivo no sentido de não ter conflitos, mas a vivência desse contato, a superação dele tem que nos trazer algo de bom, algum ensinamento. É sabido, por tantas linhas de conhecimentos, que estamos aqui para evoluir de algum modo, pensamos constantemente em nossa evolução no campo profissional, no campo familiar, no intelectual e deixamos a evolução consciencial acontecer nas superações das crises.

Talvez, se focarmos na evolução da consciência concomitantemente com as outras áreas da vida, poderemos estar mais preparados para quando esses conflitos e crises chegarem. O turismo, portanto, compreendido como pausa da rotina frenética para o lazer – condição fundamental para a saúde integral – pode também constituir-se como potente oportunidade de autoconhecimento, de abertura ao outro e de promoção de transformações subjetivas, de processos autopoieticos.

REFERÊNCIAS

- Ávila, N. F.; Sandi, S. M. & Baptista, M. L. C. (2021). Trama de investigaciones ¡Amorcomtur! de turismo local: Cataratas del Iguazú y São Luiz Gonzaga. In V. P. C. Borges & J. R. R. Soares. (Orgs.), *Turismo y desarrollo: Contextos diversos*. (pp. 233-250). Cizur Menor: Aranzadi.
- Baptista, M. L. C. (2019). Afetivações, amorosidade e autopoiese: Sinalizadores para narrativas sensíveis de destinos turísticos, em perspectiva ecossistêmica. In D. A. Soster & F. Piccinin (Orgs.), *Narrativas midiáticas contemporâneas: Sujeitos, corpos e lugares*. (pp. 59-78). Santa Cruz do Sul: Editora Catarse.
- Baptista, M. L. C. (2014a). Caosmose, desterritorialização e amorosidade na comunicação. *Questões transversais – Revista de epistemologias da comunicação*, 2(4), 98-105.

- Baptista, M. L. C. (2014b). Cartografia de saberes na pesquisa em turismo: Proposições metodológicas para uma ciência em mutação. *Rosa dos Ventos, Caxias do Sul*, 6(3), 342-355.
- Baptista, M. L. C. & Eme, J. B. (2023). Estratégias de 'sobre-vivência' 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*, 18(0), 23-42.
- Barretto, M. (2004). Produção científica na área do turismo. In M. Moesch & S. Gastal (Orgs.). *Um outro turismo é possível*. São Paulo: Contexto.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Eme, J. B.; Sandi, S. M.; Baptista, M. L. C. (2021). Ecosystemic responsibility indicators, from reflections on tourism in Foz do Iguaçu/PR and Torres/RS. In M. L. C. Baptista & V. Singh. (Orgs.). *Research trends for the new world*. (pp. 87-116). Delhi (India): Akshita Publishers and Distributors.
- Martins, R. (2008). Das belas artes à cultura visual: enfoques e deslocamento. In R. MARTINS (Org.), *Visualidade e educação*. (pp. 25-35). Goiânia: FUNAPE.
- Maturana, H. R. & Varela. F. J. (1997). *De máquinas e seres vivos: autopoieses e a organização do vivo*. Porto Alegre: Artes Médicas.
- Ribeiro, H. C. (2019). *Turismo e saúde: Sinalizadores turísticos de porto alegre, relatados pelos usuários do sistema único de saúde (SUS) e seus acompanhantes, em processos de deslocamento*. (Tese de Doutorado). Universidade de Caxias do Sul.
- Rolnik, S. (1989). *Cartografia sentimental: Transformações contemporâneas do desejo*. São Paulo: Estação Liberdade.
- Sandi, S. M. (2022). *Trama ecossistêmica turística da região das Cataratas do Iguaçu e sinalizadores rizomáticos de responsabilidade ecossistêmica*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Caxias do Sul.
- Sodré, M. (2016). *As estratégias sensíveis: Afeto, mídia e política*. Rio de Janeiro. Mauad X.
- Urry, J. (2001). *O olhar do turista: Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel: SESC.
- Vieira, W. (2010). *Nossa evolução*. Foz do Iguaçu: Editares.
- Vieira, W. (2009). *Projeciologia: Panorama das experiências da consciência fora do corpo humano*. Foz do Iguaçu: Editares.