



III EBE | III ENCONTRO BAIANO DE CULT | ESTUDOS EM CULTURA



CULTURA DIGITAL, TURISMO E NOVOS INSTRUMENTOS PEDAGÓGICOS: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA SOBRE O BLOG COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO TURISMO

Fernanda Meneses de Miranda Castro – Universidade Federal de Sergipe
(ferdicastro@hotmail.com)

Dayseanne Teles Lima – Universidade Federal de Sergipe (daysetlima@gmail.com)

RESUMO

Sabe-se que as escolas enfrentam atualmente grandes desafios que exigem uma atualização e reconversão das potencialidades que as novas tecnologias põem ao seu dispor. A educação deve, portanto, ter papel nos diversos sistemas que investigam e dão resposta às necessidades, expectativas e projetos de uma sociedade em célere processo de evolução e de mudança. Portanto, a internet exerce um papel fundamental nesse processo, pois ela permite a visibilidade de representações que identificam espaços específicos em um universo ilimitado, pois a cada dia a *web* atinge um número maior de acesso em diversos locais do mundo. Assim, este artigo pretendeu analisar a importância da cultura digital na educação, tomando como base uma experiência desenvolvida com acadêmicos do curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe, quando a criação do blog “Comportamento do Consumidor no Turismo” (www.cctur-se.blogspot.com) foi utilizada como um instrumento pedagógico de avaliação. Também se pretendeu analisar a visão dos estudantes quanto aos novos instrumentos pedagógicos de aprendizado e investigar a percepção deles sobre a construção do saber turístico a partir desta experiência. A pesquisa é de caráter bibliográfico, visto que apresenta uma discussão teórica sobre cultura digital, turismo, educação e novas tecnologias de ensino. Também é de caráter exploratório, pois apresenta a análise de entrevistas com os discentes que participaram do processo. A investigação concluiu que a internet pode ser utilizada como um eficiente instrumento pedagógico-educacional e que, quando integrado às novas ferramentas de educação, apresenta resultados mais efetivos.

Palavras-chave: redes sociais, cultura digital, educação, turismo.

1 Introdução

Os meios de experienciar a realidade são, no século XXI, um desafio constante, onde o indivíduo se depara com uma nova construção do mundo e da realidade que o rodeia. Esta nova realidade é compreendida fundamentalmente a partir de novas experiências tecnológicas, podendo considerar que quase toda experiência humana que está em vias de transformação.

A forma como a tecnologia invadiu as sociedades alterou não só a forma de compreender o mundo, mas também o modo como hoje é entendida a cultura. Uma nova cultura se formou assim, a “cibercultura” ou cultura digital. De fato, atualmente a humanidade confronta com a tecnologia e esta não se tornou apenas um instrumento, mas uma forma de vida, sendo parte constituinte da própria construção de ser e estar no mundo. A familiarização com o virtual, com o ciberespaço, com a irracionalidade “global” não são mais novidades. Estas ligações com a tecnologia acabam por criar novas relações entre os homens. Uma nova concepção de tempo e espaço é, não só vivida, mas praticada pela grande maioria de pessoas em todo o mundo.

Nesse cenário, uma das formas mais crescentes de comunicação virtual é a partir das redes sociais. *Orkut, Youtube, LinkedIn, Twitter, Facebook* e os *Blogs* etc. surgiram, ocuparam espaço na sociedade e a cada dia reinventam-se, competindo entre si e captando cada vez mais usuários. Essas redes, indubitavelmente, são elementos não apenas de contatos sociais, mas, sobretudo, são eficientes instrumentos de propagação de ideologias, cultura e identidades. Tal fato é constatado facilmente ao considerar que entidades, empresas e instituições criaram perfis e a partir deles comunicam-se com o seu público-alvo, seguidores ou amigos virtuais.

No caso do turismo, o uso das redes sociais permite além da divulgação dos destinos, o compartilhamento de opiniões e a “comunicação coletiva”. Outrossim, percebe-se que o desenvolvimento dos estudos de comunicação intercultural tem avançado à medida que se ampliam no mundo as redes conectivas que velozmente aproximam grupos humanos que até recentemente valiam-se da distância como manto protetor das singularidades. A proximidade física ou virtual alertou a todos quão largas são essas diferenças. Portanto, o turismo se torna um fenômeno especial e complexo da comunicação humana.

Assim, pressupõe-se que a educação e o turismo são duas áreas que estabelecem, ou necessitam estabelecer, constantes relações com a tecnologia e os meios de comunicação. Sabe-se que as escolas enfrentam atualmente grandes desafios que exigem uma atualização e reconversão das potencialidades que as novas tecnologias põem ao seu dispor. A educação deve, portanto, ter papel nos diversos sistemas que investigam e dão resposta às necessidades, expectativas e projetos de uma sociedade em célere processo de evolução e de mudança. Portanto, a internet exerce um papel fundamental nesse processo, pois ela permite a visibilidade de representações que identificam espaços específicos em um universo ilimitado, pois a cada dia a *web* atinge um número maior de acesso em diversos locais do mundo. De acordo com Lima (2006), o novo modelo de ensino emergente reclama um novo modelo de escola, quer em termos de espaço geográfico, quer em termos de equipamentos. Ou seja, a

escola abandona sua postura “fechada” e estabelece uma relação muito mais integrada às redes sociais e outros veículos de comunicação.

Neste sentido, este artigo pretendeu analisar a importância da cultura digital na educação, tomando como base uma experiência desenvolvida com acadêmicos do curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe, quando a criação do blog “Comportamento do Consumidor no Turismo” (www.cctur-se.blogspot.com) foi utilizada como um instrumento pedagógico de avaliação. Também se pretendeu analisar a visão dos estudantes quanto aos novos instrumentos pedagógicos de aprendizado e investigar a percepção deles sobre a construção do saber turístico a partir desta experiência.

A pesquisa é de caráter bibliográfico, visto que apresenta uma discussão teórica sobre cultura digital, turismo, educação e novas tecnologias de ensino. Também é de caráter exploratório, pois apresenta a análise de entrevistas com os discentes que participaram do processo, onde se buscou conhecer a percepção deles sobre a utilização dos novos instrumentos pedagógicos e como foi a experiência didática de construir um blog como método avaliativo.

O artigo apresenta três seções: na primeira é feita uma discussão teórica sobre cultura digital, redes sociais e inteligência coletiva; turismo e educação e, por fim, educação e os novos instrumentos pedagógicos. Na segunda seção são apresentados o percurso metodológico e a análise das entrevistas. Na terceira e última seção é feita uma discussão dos resultados encontrados.

2 Cultura Digital ou Cibercultura, Redes Sociais e Inteligência Coletiva

Para Carvalho Junior (2009), a Cultura Digital é um termo novo, emergente que vem sendo apropriado por diferentes setores e incorpora perspectivas diversas sobre o impacto das tecnologias digitais e da conexão em rede na sociedade. Para este autor, este novo “sistema operacional” da cultura estaria apto a promover ao mesmo tempo criatividade, produtividade e liberdade, satisfazendo igualmente às demandas tanto de indivíduos quanto de coletividades.

Com o advento de instrumentos de colaboração ubíquos, instantâneos e baratos, torna-se possível fomentar espaços de debate e construção coletiva onde modelos de coordenação pública descentralizada podem criar soluções inovadoras para as questões apresentadas pelo século XXI.

No Brasil, a cultura digital e seus potenciais efeitos conceituais ganharam espaço no discurso, política e estrutura institucional efetivamente no governo de Luis Inácio Lula da Silva quando Gilberto Gil, então Ministro da Cultura, começou um longo processo de reconhecimento, amadurecimento e conquista do tema dentro do Ministério. A idéia do Ministério da Cultura

(MinC), segundo Prado (2009) era pensar a questão do digital como questão cultural. Assim, foram criadas algumas correntes de trabalho com o objetivo de difundir a cultura digital.

Atualmente, segundo Fernandes (2010), a Coordenação Geral da Cultura Digital é uma assessoria para as secretarias do MinC e seus projetos com o objetivo de intensificar o uso dos recursos interativos da *web*. A autora ainda defende que a cultura digital foi concebida desde a gestão de Gilberto Gil como um apoderamento e autonomia do cidadão.

A política para a cultura digital no MinC explora, essencialmente, três frentes principais (FERNANDES, 2010): estímulo a criação de um pólo de conteúdos digitais nacionalmente, a disponibilidade de acervos culturais dentro de um suporte digital e a disseminação de uma “cultura de uso” dentro do governo. Percebe-se que a lógica da “cultura de uso” aposta num processo político inovador que explora o potencial colaborativo das redes sociais e os fluxos contínuos e descentralizados de informação para a formulação e discussão das políticas públicas. Nesse sentido, a internet exerce um papel fundamental enquanto esfera pública ampliada, representando um espaço de interlocução permanente e não mediado entre poder público e sociedade civil.

Ainda de acordo com Fernandes (2010), para as discussões acerca da política pública para a cultura digital e seus marcos regulatórios foi criado em 2009 um Fórum da Cultura Digital Brasileira. O propósito do Fórum é articular os cidadãos brasileiros para a construção de políticas públicas democráticas de cultura digital. Ele funciona como um *site* de relacionamento, a exemplo do *Orkut* onde cada usuário possui um perfil e participa de comunidades acerca de temas específicos.

Não obstante, a atual interconexão globalizada entre a sociedade tem convidado muitos teóricos a refletirem sobre suas implicações no conjunto das relações individuais e ao mesmo tempo na forma como os coletivos se comportam quando se constituem como redes de alta densidade.

De acordo com Wellman & Berkowitz (1988), contatos individuais e coletivos, particularmente no ciberespaço, tem despertado o interesse dos estudiosos de redes sociais, dos sociólogos, etnógrafos virtuais, dos ciberteóricos, dos especialistas em gestão do conhecimento e da informação, enfim, de todos aqueles que pressentem que há algo de novo a ser investigado, que a atual vertigem da interação coletiva pode ser compreendida dentro de certa lógica, dentro de certos padrões, o que já era anunciado nos anos 1980 pelos analistas estruturais de redes sociais.

Assim, a contemporaneidade percebe a seguinte situação: as pessoas vivem em rede, interconectadas com um número cada vez maior de pontos e com uma frequência que só faz

crescer. A partir disso, torna-se nítida a vontade de entender melhor a atividade desses grupos, a forma como idéias e comportamentos se distribuem, o modo como as informações convergem de um ponto a outro do planeta etc. A explosão das comunidades virtuais parece ter se tornado um verdadeiro desafio para essa compreensão.

Outrossim, é interessante enfatizar que todo tipo de grupo, comunidade, sociedade é fruto de uma intensa e permanente negociação entre preferências individuais. Exatamente por essa razão, o fato das sociedades estarem cada vez mais interconectadas implica em confrontos, de algum modo, de preferências individuais e as relações com preferências de outras pessoas. E não se pode esquecer que tal negociação não é nem evidente nem tampouco fácil. Ademais, as preferências individuais são, de fato, resultado de uma legítima construção coletiva, num jogo itinerante de propostas e deduções que constitui a própria dinâmica da sociedade.

Tal fato é reiterado por Castells (2006) que defende que a cultura é mediada e determinada pela comunicação e as próprias culturas, ou seja, os sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo. O autor ainda defende que a humanidade vive atualmente a “cultura da virtualidade real” mediada por interesses sociais, políticos e governamentais.

Assim, o surgimento da cultura de massa através da comunicação via rádio e televisão evoluíram até a contemporaneidade onde, como sempre é colocado nesse artigo, para a comunicação mediada por computadores, controle institucional, redes sociais e comunidades virtuais. Nesse sentido, a internet, ainda de acordo com Castells (2006, p. 431), “é a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores (CMC): é a rede que liga a maior parte das redes”.

Não obstante, percebe-se que a comunicação mediada pela Internet é um fenômeno social recente e as pesquisas acadêmicas ainda não alcançaram conclusões sólidas sobre o seu significado social. Porém, a partir de 1990, a internet favoreceu a criação de comunidades virtuais, que reúnem pessoas *on line* ao redor de valores e interesses em comum. Para Castells (2006) citando Rheingold (1996), entende-se comunidade virtual como uma rede eletrônica autodefinida de comunicações interativas e organizadas ao redor de interesses ou fins comuns, embora às vezes a comunicação se torne a própria meta. Tais comunidades podem ser formalizadas, como no caso dos fóruns ou formadas espontaneamente por redes sociais – objetos deste estudo – que se conectam a rede para enviar e receber mensagens. Na década de 1990 foram criadas milhares dessas comunidades, a maioria delas nos Estados Unidos, porém se expandindo cada vez mais no âmbito global.

Rheingold(1996), em seu livro *Comunidade Virtual*, já compreendia naquela época que as comunidades virtuais não eram apenas espaços onde as pessoas se encontravam, mas também um meio para se atingir diversos fins. Ele antecipou que “as mentes coletivas populares e seu impacto no mundo material podem tornar-se uma das questões tecnológicas mais surpreendentes da próxima década” (p.142).

Entretanto, em 1976, o pesquisador americano Murray Turoff, idealizador do sistema de intercâmbio de informação eletrônica (EIES), ponderando o ponto de partida das atuais comunidades on line, pressagiava que a conferência por computador poderia munir os grupos humanos uma forma de praticarem a capacidade de ‘inteligência coletiva’. Segundo ele, um grupo bem sucedido exibirá um grau de inteligência maior em relação a qualquer um de seus membros (Turoff, 1976 *apud* Rheingold, 1996). Surgia então a idéia de que a interconexão de computadores poderia dar nascimento a uma nova forma de atividade coletiva, centrada na difusão e troca de informações, conhecimentos, interesses etc.

Rheingold (1996) lembra que as comunidades virtuais abrigam um grande número de profissionais, que lidam diretamente com o conhecimento, o que faz delas um instrumento prático potencial. As comunidades virtuais estariam funcionando, portanto, como verdadeiros filtros humanos inteligentes.

Nesse sentido, as redes digitais representam hoje um fator determinante para o entendimento da propagação de novas formas de redes sociais e da ampliação de capital social em nossa sociedade. Depoimentos como os de Howard Rheingold (1996), por exemplo, vêm confirmando que a sinergia entre as pessoas via *web*, dependendo do projeto em que estejam envolvidas, pode ser multiplicada com enorme sucesso. As diversas formas de comunidades virtuais, as comunidades móveis, a explosão dos blogs e wikis, o entusiasmo com o *Orkut* e as recentes febres do *Facebook*, *Twitter* e *Youtube* são prova de que o ciberespaço constitui elemento fundamental no incremento do capital social e cultural disponíveis.

Pierre Lévy (2002) também tem apoiado a participação em comunidades virtuais como um incentivo à formação de inteligências coletivas, às quais os indivíduos podem recorrer para trocar informações e conhecimentos. Fundamentalmente, ele entende o papel das comunidades como o de filtros inteligentes que auxiliam a lidar com o excesso de informação, mas igualmente como um mecanismo que nos abre às visões alternativas de uma cultura. Da mesma forma que Castells (2006) e Rheingold (1996), Lévy (2002) está fortemente convencido de que uma comunidade virtual, quando convenientemente organizada, representa uma significativa riqueza em termos de conhecimento distribuído, de capacidade de ação e de potência cooperativa.

Depois de tudo isto colocado, percebe-se a importância das redes sociais no cotidiano das sociedades. As redes sociais, em sua maioria, apresentam similaridades: depois de devidamente registrado no *site*, pode-se convidar os amigos, inscritos ou não, a fazerem parte da rede de amigos. Assim, vão surgindo pequenas redes, dentro da rede mãe que alberga todos os utilizadores. Com esses amigos pode-se partilhar, coletiva ou individualmente, fotografias, vídeos, mensagens, convites para eventos ou iniciar uma conversa através do Chat disponível. A partir daí desencadeiam-se todos os processos mencionados, onde a democratização da informação é a palavra-chave. Percebe-se então, a importância do uso dessas ferramentas, porque não dizer, mercadológicas da cultura digital, para o fomento de novos instrumentos pedagógicos de educação e do turismo.

2.1 A inserção de novos instrumentos pedagógicos no sistema educacional

Não obstante, toda esta interação, conectividade, a formação desta inteligência coletiva implica em mudanças diretas em toda a sociedade. A educação é uma das áreas que mais se defronta com as necessidades de transformação. Entretanto, antes de apresentar as discussões a respeito da importância da educação nos usos da comunicação e tecnologia, faz-se interessante diferenciá-la do termo aprendizagem.

De acordo com Braga e Calazans (2001), caracteriza-se por aprendizagem, toda a percepção de conhecimento que é passado a partir da vivência, do que é contado ou passado num ambiente social. A sociedade reconhece pelo menos três espaços de aprendizagem não subsumidos diretamente às instituições educacionais: a aprendizagem “na família” (de espaço privado, portanto, e seguindo os procedimentos mais ou menos espontâneos de cada núcleo familiar); a aprendizagem “na cultura” (essa, de espaço público, social); e as aprendizagens práticas, do fazer, dentre as quais se sobressaem – mas não exclusivas – as que ocorrem em espaços profissionais. Fora a parte de socialização assumida pela escola [...] (BRAGA; CALAZANS, 2001, p. 36).

A educação se apropria do conhecimento empírico, técnico e, no ambiente escolar, fornece – ou deveria fornecer – subsídios para que o homem desenvolva um aprendizado que o insira como “indivíduo e para a sua própria organização social.” (Idem, p. 37). Ou seja, durante toda sua vida, o ser humano aprenderá normas de vivência, regras sociais dentro da comunidade em que vive e, na escola, ele terá acesso a uma aprendizagem que o guiará no mercado de trabalho, por exemplo.

Entretanto, a sociedade vive em constantes mudanças, sejam elas econômicas, culturais, ambientais e tecnológicas e o espaço educacional se defronta com novos questionamentos, com problemas de articulação entre a sociedade e o sistema educacional, o questionamento do

papel dos agentes promotores do aprendizado. A necessidade de integração entre o processo educacional e os meios de informação sugerem uma remodelação ou atualização do mesmo, o que, em diversos casos, não acontece de forma simultânea na atualização do aprendizado dos professores.

A escola do futuro tem que realizar a promessa moderna, ou seja, a iluminista de emancipação, integrando-se ao universo da cultura pós-moderna: isso significa escola para todos com qualidade, isto é, do ponto de vista da construção do conhecimento, a integração de dois campos culturais: a educação e a comunicação (DIAS, 1999, p.5).

Ou seja, a escola precisa deixar de lado toda uma postura de apenas reprodutora de conceitos e fórmulas e dar lugar às práticas, à interação entre os conteúdos e a realidade local, mundial. Fazer uso da televisão, rádio, jornais e internet para ampliar o aprendizado torna-se um desafio. No ensino superior, onde as formações são “voltadas para um saber e um fazer refletido, crítico, auto-desdobrável em outros fazeres” (BRAGA; CALAZANS, 2001, p. 39), as necessidades especializadas norteiam toda iniciação de vivência profissional dos acadêmicos.

Por fim, vale ressaltar que os agentes formadores (orientadores, tutores, professores) possuem a responsabilidade de compreender os possíveis usos dos blogs e redes sociais e integrá-lo às práticas em sala de aula. É neste ambiente democrático que os formadores podem direcionar e organizar toda esta troca de conhecimentos e informações que permeiam a inteligência artificial e estimulam o desenvolvimento de aprendizagens direcionados a um campo de estudo.

2.2 A construção do conhecimento turístico

O turismo é uma indústria milionária que aprendeu a explorar este deleite do que é apresentado como novo, como movimento inesperado, do que tem a virtude de romper com a rotina de hábitos dos agentes sociais. É também um encontro, um fenômeno de consumo e interação simbólica. E sua articulação é disparada pela diferença.

Percebe-se que para o turismo, há duas funções sociais exercidas por esses símbolos: a de representar ou auxiliar na construção de uma possível identidade cultural e a função econômica de contribuir com a receita da comunidade, que não teria tamanha preocupação com a criação da primeira, mas sim com a concretização do lugar turístico.

Não obstante, a relação do turismo com a educação vai além das similaridades em seus significados. O ápice da aproximação são as relações sociais existentes nas duas atividades. Em ambos, as experiências são muito significativas para os participantes e podem conduzi-los a entendimentos diversos sobre as relações humanas e as formas de compreender e organizar o mundo.

De acordo com Fonseca Filho (2007), a atividade turística não é vista como uma ação isolada, mas contextualizada e entendida como uma prática social e, portanto, inclui fenômenos e questões sociais e culturais. Para ele, através do turismo pode-se conhecer, além dos atrativos das localidades visitadas, os reflexos da vida econômica, social e cultural das localidades.

Assim, à medida que mais pessoas praticam turismo, aumenta o interesse em buscar uma formação capaz de atender essa demanda, surgindo a necessidade de cursos técnicos e de pesquisadores que sejam capazes de entender a complexidade do fenômeno turístico e atuarem na área. De acordo com Rodrigues (2002), como o turismo é um fenômeno complexo e dinâmico, suas funções não ficam centradas nos cargos operacionais. Transcende para o campo humano, já que o turismo é considerado um fenômeno social. Assim, entende-se que o papel dos cursos superiores em turismo, que buscam formar pesquisadores na área e, sobretudo, formadores de opinião, desempenham um papel que vai além de conhecer a dinâmica e operacionalização da área. Tais profissionais devem ser capazes de transformar o meio em que atuam para promover o turismo sustentável, no seu sentido mais ampliado, ou seja, aquele que busca a sustentabilidade econômica, ambiental e social.

Assim, os cursos superiores em turismo devem levar em consideração os conteúdos que devem ser construídos a partir da vivência dos estudantes e projetados para satisfazer as debilidades na formação dos mesmos e desse modo trabalhar os conhecimentos da área com o objetivo de oferecer uma compreensão da atividade e que esta seja relacionada com as demais disciplinas, enfatizando o caráter multidisciplinar do turismo. Para Ansarah (2003, p. 23),

A educação em turismo deve estar direcionada para uma reflexão multidisciplinar e para o trabalho em equipe, contemplando contextos multiculturais em que a criatividade combine o saber tradicional ou local e o conhecimento aplicado da ciência avançada e da tecnologia.

Machado (2000, p. 43) coloca que os projetos e valores são ingredientes essenciais para a educação fazendo que o processo educativo forme cidadãos. Para ele, “educar para a cidadania significa prover os indivíduos de instrumentos para a plena realização desta participação motivada e competente, desta simbiose entre interesses pessoais e sociais, desta disposição para sentir em si as dores do mundo”.

Ou seja, educação no turismo significa educar objetivando formar cidadãos críticos e participativos, envolvendo os estudantes nos acontecimentos cotidianos, para que eles tenham um comportamento de envolvimento com as questões sociais. A educação deve, portanto, ter papel nos diversos sistemas que investigam e dão resposta às necessidades, expectativas e projetos de uma sociedade em célere processo de evolução e de mudança. Portanto, a internet exerce um papel fundamental nesse processo, pois ela permite a visibilidade de representações

que identificam espaços específicos em um universo ilimitado, pois a cada dia a *web* atinge um número maior de acesso em diversos locais do mundo.

Assim, percebe-se o papel fundamental da cultura digital e das redes sociais nos processos educacionais, visto que, como já fora colocado, de acordo com Lima (2006), o novo modelo de ensino emergente reclama um novo modelo de escola, quer em termos de espaço geográfico, quer em termos de equipamentos. Ou seja, a escola abandona sua postura “fechada” e estabelece uma relação muito mais integrada às redes sociais e outros veículos de comunicação.

3 A Construção do Blog Enquanto Instrumento Pedagógico e Avaliativo

A partir do que fora colocado surgiu à proposta de criação de um blog como instrumento de avaliação dos alunos do curso de turismo da Universidade Federal de Sergipe. A matriz curricular do curso supracitado oferece um leque de disciplinas optativas, ou seja, um conjunto de disciplinas que possibilitam que o estudante escolha dentre elas, a opção que complemente o conteúdo prático e teórico do currículo.

No período letivo 2011.1, a disciplina Comportamento do Consumidor no Turismo, integrante do leque de optativas, foi oferecida. Matricularam-se aproximadamente 14 alunos, todos nos últimos períodos do curso, maduros e buscando de fato, um aprofundamento nos conteúdos da disciplina. Surgiu o desafio: como planejar a disciplina com estudantes que já conheciam a matéria? Como mantê-los interessados nas aulas? Como avaliar os alunos? A partir de um processo dialogado e participativo a turma decidiu criar um blog sobre o Comportamento do Consumidor do Turismo Cultural em Aracaju.

A idéia era criar um instrumento pedagógico que estivesse vinculado às tendências de mercado, do processo ensino-aprendizagem e que também pudesse conciliar os interesses de pesquisa da maioria dos estudantes matriculados na disciplina.

Assim, surgiu o blog www.cctur-se.blogspot.com que teve como proposta apresentar os resultados das pesquisas que foram desenvolvidas pelos acadêmicos, onde o grupo sentiu a necessidade de diagnosticar qual o perfil do consumidor do turismo cultural no Estado.

Os acadêmicos dividiram-se em equipes para entrevistar grupos de turistas nos locais considerados como pontos de turismo cultural em Aracaju e São Cristóvão e os resultados da pesquisa por eles realizada estão disponíveis na página do blog.

Assim, essa pesquisa é considerada qualitativa e exploratória. Exploratória, pois “consiste em descobrir novas idéias e novas perspectivas” (SCHLÜTER, 2003, p.72), ou seja, tais estudos permitem uma maior flexibilidade na elaboração dos problemas e comprovações das hipóteses. Ainda de acordo com a autora, alguns aspectos metodológicos precisam ser levados em

consideração, tais como: revisão da documentação, estudos das pessoas que tiveram experiência com o problema e análise de temas de estimulação profunda (Idem, p.72).

É qualitativa pois o foco está na interpretação dos dados e não em sua quantificação. De acordo com Moreira (2004, p. 57), esta pesquisa está mais preocupada na interpretação dos entrevistados a respeito do problema demonstrado do que com definições exatas de um resultado. “O comportamento das pessoas e a situação ligam-se intimamente na formação da experiência”, além de que “admite-se que o pesquisador exerce influência sobre a situação de pesquisa e é por ela também influenciado” (Idem, p. 57).

Desse modo, essa pesquisa foi estruturada sob procedimentos metodológicos de construção descritivo-explicativa onde se buscou privilegiar a dimensão descritiva dos fenômenos em análise.

Como instrumento de pesquisa primária foi utilizada uma entrevista semi-estruturada, privilegiando-se a livre expressão dos depoentes. Este processo refere-se à tomadas de informações das impressões do grupo sobre a construção do blog.

A população considerada para esta análise foram os alunos matriculados na disciplina Comportamento do Consumidor no Turismo que concluíram a atividade, ou seja, um universo total de oito alunos.

Na leitura dos objetos empíricos que se disporem para análise, admitiu-se o conceito crítico de leitura, o qual possibilita uma exegese crítica dos instrumentos, operacionalizada sob os seguintes critérios: identificação do que o respondente “diz” (os elementos, categorias, noções etc.); percepção de como ele “diz” (as articulações estabelecidas entre os elementos) e interpretação do que esclarece sua percepção no que tange à relação principal investigada.

Desse modo, para atingir os objetivos da pesquisa foram elaboradas algumas questões que compuseram a entrevista semi-estruturada. As questões foram elaboradas baseadas no aporte teórico e buscaram relacionar a experiência da construção do blog com as Redes Sociais e Identidade Coletiva; a Construção do Conhecimento Turístico e Novos Instrumentos Pedagógicos de Aprendizagem.

Assim, cada grupo de perguntas foi analisado individualmente. As respostas foram lidas e retiraram-se as principais expressões e palavras-chave e analisado o seu significado. Por fim, foi feita uma análise geral, ambas apresentadas na seção seguinte.

A primeira questão buscou relacionar as redes sociais e a identidade coletiva. Os estudantes foram indagados sobre a percepção do blog enquanto instrumento de troca de informações e conhecimento. Esperava-se que as respostas relacionassem as redes sociais ao conhecimento distribuído, a capacidade de ação e de potencia colaborativa, como colocam Castells (2006),

Rheingold (1996), Levy (2002). As respostas, de fato, refletiram o que estes estudiosos já haviam colocado, visto que os estudantes responderam que o blog foi uma ferramenta dinâmica e criativa de pesquisa, através do qual foi possível propagar o conhecimento acadêmico construído em sala de aula, interagir com grupos diversos como os próprios estudantes, eventuais turistas e comunidade sergipana e um canal de informações, como afirmou um dos entrevistados.

Enquanto um instrumento de comunicação, o blog, sob minha perspectiva, serviu como meio ou canal, entre os acadêmicos e a sociedade, uma vez que foi possível comunicar à sociedade o que era produzido durante as aulas, a medida que a mesma podia se comunicar com a academia através de comentários e eventuais pesquisas e enquetes (E1)¹.

Na segunda questão, relacionada à construção do saber turístico, perguntou-se se eles consideravam o blog como instrumento educativo e por que. A idéia era que os alunos vislumbrassem a interação entre os novos instrumentos educativos e as redes sociais, ou seja, um espaço aberto, mais amplo de troca de experiências que não estivesse restrito à academia, mas também incluísse turistas e população local. Percebeu-se que os estudantes, de fato, entenderam a criação do blog como um instrumento educativo, pois eles responderam que a criação do sitio possibilitou a construção e exposição do conhecimento apreendido, um canal entre eles e o mercado, que almejava a troca de informações, a produção e divulgação de conhecimento turístico. Cabe ressaltar que apenas um respondente associou a construção do blog ao turismo.

“O blog serve como mais um veículo que, além de informar e divulgar tais conhecimentos, serve também para promover o turismo” (E2).

Embora tenha existido a percepção em relação ao novo papel da escola, muito mais integrada às redes sociais e outros veículos de comunicação, não se observou o que colocou Machado (2000) ao relatar que os projetos e valores são ingredientes essenciais para a educação em turismo fazendo que o processo educativo forme cidadãos providos de instrumentos para a plena realização da participação motivada e competente, resultando em uma simbiose entre interesses pessoais e sociais.

Também se questionou a quem o grupo acreditava que o blog conseguiu atingir e qual a sua importância. Nessa questão as respostas foram mais homogêneas, pois na opinião dos alunos o trabalho conseguiu atingir os demais alunos do curso e pessoas interessadas no turismo cultural da Grande Aracaju. Apenas um entrevistado citou turistas e moradores “que queriam

¹ Para preservação do anonimato dos respondentes/depoentes, utilizou-se de identificação codificada para fins de citação no processo de análise dos dados, com as referências de E1 a E8, representando o universo total dos estudantes entrevistados.

conhecer ou já conheceram os atrativos turísticos culturais estudados [...] durante a disciplina” (E3).

Outro dado interessante é a percepção de um entrevistado sobre o resultado final do blog, pois o mesmo esperava que o trabalho, apresentado por uma via global de acesso – a internet, atingisse um publico maior, não apenas restrito à comunidade acadêmica.

De imediato ele englobou a turma, não atingindo um público mais diversificado como foi planejado, ou seja, ficando restrito apenas a alguns alunos do curso de turismo da UFS. O que não foi muito interessante (E2).

O fator positivo desta observação está relacionado ao grau de potencia colaborativa tão defendido por Castells (2006), Rheingold (1996) e Levy (2002).

A questão seguinte foi relativa ao confronto entre teoria acadêmica e a prática mercadológica. Perguntou-se se os estudantes sentiram alguma dificuldade em confrontar a teoria a prática e todos eles responderam negativamente e justificaram as suas respostas ao senso prático, ou seja, nos relatos percebeu-se que eles conseguiram produzir resultados com o conhecimento apreendido em sala de aula. Assim, para os acadêmicos o blog representou um elo entre a academia e o mercado de trabalho.

Colocar a teoria em prática foi um grande aprendizado, fazer pesquisa, estar em contato com os turistas, ouvir sua opiniões e colocá-las no blog foi uma experiência com muito aprendizado (E4).

A última pergunta foi em relação aos novos instrumentos pedagógicos. Os alunos foram questionados sobre as diferenças encontradas no processo ensino-aprendizagem, ao comparar a construção do blog à seminários, provas escritas e outras formas de avaliações convencionais. A principal resposta entre os acadêmicos foi a inovação no sistema avaliativo da disciplina, pois todo o processo de criação, montagem, elaboração do sítio e das informações contidas nele e a liberdade na produção das mesmas possibilitaram ir além de toda teoria apreendida nos textos discutidos em sala.

Uma forma inovadora de aprendizagem, chamando a atenção do aluno para um produzir através das pesquisas, instigando o conhecimento e tornando o blog um retrato do saber e produzir cultural, aproximando os cidadãos dos seus valores culturais e econômicos (E5).

Os estudantes transformaram-se em produtores de conhecimento, foram estimulados a pesquisa e a partir de reflexões e observações obtidas, foram conduzidos a construir um saber turístico de forma mais dinâmica e acessível. E tal como relatado antes, o blog funcionou como um elo, a partir da produção cultural, com a principal proposta de aproximar os futuros gestores, produtores da atividade turística aos atores do sistema: comunidade, mercado de trabalho e turistas.

4 Considerações Finais

Esta coletividade que mistura informações, preferências, desenvolve conhecimentos está num momento mais livre, desenvolvimento. A sociedade se une por motivações, crenças, interesses e transforma em informações acessíveis a todos a todo momento. Como já abordado por Castells (2006), a cultura é mediada e determinada pela comunicação e as próprias culturas, a internet se apropria desta dinamicidade e estabelece um mundo “real” visualizado. É esta união que condiciona, forma e desenvolve as inteligências coletivas. Como também foi reiterado por Lévy (2002), sendo um incentivo em que as comunidades tornam-se filtros que auxiliam no excesso de informação, mas igualmente como um mecanismo que nos abre às visões alternativas de uma cultura. A construção do blog foi um exemplo de como esta coletividade pode ser construída, como um grupo motivado por interesses semelhantes podem tornar informações acessíveis a partir de um instrumento digital.

Observar as influências e interações existentes entre a internet, redes sociais e a escola proporcionou o vislumbramento dos desafios, perceber as oportunidades e resultados na análise realizada. É oportuno afirmar que esta pesquisa despertou nos pesquisadores a necessidade de compreender mais a fundo, quão importante são estas interações para o desenvolvimento dos novos produtores do saber turístico. Analisar todo aspecto da construção do blog e, mais além, notar o impacto causado em cada um dos alunos que participou nesta empreitada, nos leva à reflexão do quanto estas ferramentas podem ser utilizadas e otimizadas em prol da formação de profissionais mais próximos da sociedade.

Trocar informações e agregar conhecimentos deixou de ser algo isolado para atingir o mundo em poucos minutos. Como tratado por Lima (2006), o sistema educacional roga por transformações, abandonando sua postura centrada e concentradora de informações. O professor deixa de ser o único detentor do saber e a sua postura se reformula. É ele quem aprimora estes novos instrumentos e faz esta comunicação entre a academia e a cultura digital. É esta cultura também que, ao mesmo tempo que homogeneiza as culturas, proporciona também a valorização de uma identidade.

Propor aos alunos a construção do blog, discutir teorias e dinamizá-los proporcionou uma visão diferenciada do impacto que este trabalho poderia causar dentro do mercado turístico. A dificuldade encontrada na pouca relação estabelecida entre estes novos instrumentos e o turismo deixa claro o longo caminho que será preciso percorrer para tornar mais real estas relações. Já é significativo o fato de que alguns sentiram a importância na produção cultural que poderia advir daquele trabalho. No entanto, é válido ressaltar que parte da proposta, que seria a de entender o blog como instrumento educacional, foi alcançada visto que está claro

em depoimento dado pelos estudantes que as redes sociais, o mundo livre da internet é rico para a construção de conhecimentos coletivos e para a disseminação de informações.

O uso destes recursos precisa ir além de métodos avaliativos, ele precisa tornar mais próximas as teorias tanto discutidas em sala de aula da realidade socioeconômica de uma localidade e tornar mais precoces as mudanças e realização destes cidadãos em formação.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANSARAH, M. G. R. **Formação e capacitação do profissional em Turismo e Hotelaria:** reflexões e cadastro das instituições educacionais no Brasil. São Paulo: Aleph, 2002.

BRAGA, J. L.; CALAZANS, M. R. **Comunicação e educação:** questões delicadas na interface. São Paulo: Hacker, 2001.

CARVALHO JUNIOR, M. Por uma cultura digital participativa. In: SAVAZONI, R; COHN, S. **Cultura digital. br.** Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2009 P. 9-12.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede:** a era de informação> economia, sociedade e cultura, v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

DIAS JUNIOR, N. N. **Novas tecnologias e ensino.** Revista Virtual de Ciências Humanas - IMPRIMATUR - Ano 1 Nº. 3, 1999. Disponível em: <http://professor.ucg.br/SiteDocente/admin/arquivosUpload/6741/material/Texto%20%20-%20novas%20tecnologias%20de%20ensino.pdf>. Acessado em: 08/01/2012.

FERNANDES, T. Políticas para a cultura digital, In: RUBIM, A. A. C. **Políticas culturais no governo Lula.** Salvador, EDUFBA, 2010, p. 159-178.

FONSECA FILHO, A. S. Educação e Turismo: um estudo sobre a inserção do turismo no ensino fundamental e médio. 2007. 184 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação, Universidade São Paulo, 2007.

GIL, G. **Cultura Digital e desenvolvimento.** Discurso Aula Magna USP, 2004. Disponível em: <<http://pontaotapajos.redemocrong.org.br/textos-de-referencia/cultura-digital-e-desenvolvimento-gilberto-gil/>>. Acesso em 27 jul 2011.

LEMO, A. Cibercultura como território recombinate. In: TRIVINHO, E; CAZELOTO, E. (Orgs). **A cibercultura e seu espelho:** campo de conhecimento emergente e a nova vivência humana na era da imersão interativa. São Paulo: ABCiber, Instituto Itaú Cultural, 2009, p. 38-46.

LÉVY, P. **Cyberdemocratie.** Paris: Odile Jacob, 2002.

LIMA, J. M. M. do V. **As Novas Tecnologias no Ensino.** Disponível no endereço: <<http://www.airpower.au.af.mil/apjinternational/apj-p/2006/2tri06/lima.html>>. Acessado em: 08/01/2012.

MACHADO, N. J. **Educação:** projetos e valores. São Paulo: Escrituras, 2000.

MOREIRA, D. A. **O método fenomenológico na pesquisa.** São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2004.

PRADO, C. Política da Cultura Digital (entrevista). In: SAVAZONI, R; COHN, S. **Culturadigital.br.** Rio de Janeiro:Azogue Editorial, 2009, p. 44-55.

RHEINGOLD, H. **Comunidade virtual.** Lisboa: Gradiva, 1996.

RODRIGUES, A. A. B. Geografia do Turismo: novos desafios. In: TRIGO, L. L. G. (org). **Turismo:** como aprender, como ensinar. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

SCHLÜTER, R. G. **Metodologia de pesquisa em turismo e hotelaria.** Tradução Tereza Jardini. São Paulo: Aleph. 2003. (Série Turismo).

WELLMAN, B.; BERKOWITZ, S. D. **Social structures:** a network approach. New York: Cambridge University Press, 1988.