
O IMPRESCINDÍVEL APORE DAS CIÊNCIAS SOCIAIS PARA O PLANEJAMENTO E A COMPREENSÃO DO TURISMO

Margarita Barretto

Universidade de Caxias do Sul – Brasil

Resumo: O artigo busca legitimar a necessidade do concurso das ciências sociais no planejamento do turismo, apresentando uma pequena revisão bibliográfica da história da produção das ciências sociais aplicadas ao estudo do turismo e levantando questões cruciais do planejamento de turismo que poderiam ser melhor resolvidas com a contribuição das pesquisas socioantropológicas.

Palavras-chave: ciências sociais, pesquisa, planejamento, turismo.

Abstract: The aim of this article is to discuss that tourism planning needs the support of social sciences, presenting a quick review of social sciences studies on tourism and raising crucial problems in tourism planning that could be lessened with the help of anthropological and sociological research.

Keywords: planning, research, social sciences, tourism.

O turismo como objeto de estudo das ciências sociais

Escrever sobre turismo numa revista de antropologia obriga, em primeiro lugar, a justificar a compatibilidade do objeto com a ciência que o estuda, coisa que parece até paradoxal desde que o turismo é, essencialmente, movimento de pessoas.

Mas a relação não é tão óbvia para todos. Há 40 anos apenas que, vencendo a resistência dos seus pares, alguns cientistas sociais ousaram abordar um tema que não goza, até agora, de prestígio acadêmico.

Dennison Nash, da Universidade de Connecticut, realizou, na década passada, um estudo exaustivo da produção antropológica na área de turismo,

O IMPRESCINDÍVEL APORTE DAS CIÊNCIAS SOCIAIS PARA O PLANEJAMENTO E A COMPREENSÃO DO TURISMO

Margarita Barretto Universidade de Caxias do Sul – Brasil

Resumo: O artigo busca legitimar a necessidade do concurso das ciências sociais no planejamento do turismo, apresentando uma pequena revisão bibliográfica da história da produção das ciências sociais aplicadas ao estudo do turismo e levantando questões cruciais do planejamento de turismo que poderiam ser melhor resolvidas com a contribuição das pesquisas socioantropológicas.

Palavras-chave: ciências sociais, pesquisa, planejamento, turismo.

Abstract: The aim of this article is to discuss that tourism planning needs the support of social sciences, presenting a quick review of social sciences studies on tourism and raising crucial problems in tourism planning that could be lessened with the help of anthropological and sociological research.

Keywords: planning, research, social sciences, tourism.

O turismo como objeto de estudo das ciências sociais

Escrever sobre turismo numa revista de antropologia obriga, em primeiro lugar, a justificar a compatibilidade do objeto com a ciência que o estuda, coisa que parece até paradoxal desde que o turismo é, essencialmente, movimento de pessoas.

Mas a relação não é tão óbvia para todos. Há 40 anos apenas que, vencendo a resistência dos seus pares, alguns cientistas sociais ousaram abordar um tema que não goza, até agora, de prestígio acadêmico.

Dennison Nash, da Universidade de Connecticut, realizou, na década passada, um estudo exaustivo da produção antropológica na área de turismo,

Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 15-29, outubro de 2003

publicando *Anthropology of Tourism* (Nash, 1996). Nesse livro o autor tenta uma explicação para a falta de produção nessa área dizendo que, para antropologia, o tema turismo sempre pareceu sem importância, sem relevância e sem valor científico.

Por essa razão, parece importante começar com uma visão geral, quase uma crônica dos estudos de antropologia aplicados ao turismo, tarefa que já foi empreendida, com diferentes enfoques, nos Estados Unidos por Nash, como já mencionado, na Inglaterra por Burns (2002) e, no Brasil, por Banducci Jr. (2001) e por Steil (2002)¹.

De acordo com Nash (1996, p. 1) os primeiros estudos sérios realizados pela antropologia no campo do turismo devem-se a Theron Nuñez, que descreveu os impactos do turismo no México, num artigo intitulado *Tourism, Tradition and Acculturation: Weekendism in a Mexican Village*, publicado no *Southwestern Journal of Anthropology*.

Poucos anos depois, Nuñez (1989) escreveu um capítulo no livro *Hosts and Guests*, organizado por Valene Smith, da Universidade de Pennsylvania. (Smith, 1989). Esse livro, onde também publicam seus estudos Graburn, Nash, Swain, Urbanowics, McKean, Crystal, Greenwood, Pi-Sunyer, Peck, Lepie, Deitch, Loeb e Stanton, transformou-se, com o passar do tempo, num clássico da antropologia do turismo, onde os impactos do turismo nas culturas locais são discutidos e relativizados em função de outros fatores de aculturação. Esse livro foi reeditado dez anos depois com reavaliação dos próprios autores, numa experiência inédita na academia.

Na década de 1970 prevalecia, na área de turismo, a idéia, difundida por organismos internacionais de desenvolvimento, de que esta atividade estava destinada a salvar as economias do Terceiro Mundo. A essa visão economicista e até ingênua do processo social se opuseram antropólogos como Turner e Ash, cujo livro, editado na Inglaterra em 1976, *The Golden Hordes*, depois traduzido na Espanha pela editora Endymion, também transformou-se num clássico, apontando a ação predatória do turismo de massas, comparando os turistas com as hordas dos povos bárbaros que deixavam um rastro de destruição (Turner; Ash, 1991).

Mais polêmico ainda foi o livro organizado pelo cientista social catalão Francisco Jurdao Arrones, publicado também pela editora Endymion, *Los Mitos del Turismo*, em que o autor denuncia o modelo de turismo espanhol,

¹ Uma lista de livros e artigos científicos focalizando antropologia e turismo pode ser vista em: <<http://www.naya.org.ar/turismo>>.

publicando *Anthropology of Tourism* (Nash, 1996). Nesse livro o autor tenta uma explicação para a falta de produção nessa área dizendo que, para antropologia, o tema turismo sempre pareceu sem importância, sem relevância e sem valor científico.

Por essa razão, parece importante começar com uma visão geral, quase uma crônica dos estudos de antropologia aplicados ao turismo, tarefa que já foi empreendida, com diferentes enfoques, nos Estados Unidos por Nash, como já mencionado, na Inglaterra por Burns (2002) e, no Brasil, por Banducci Jr. (2001) e por Steil (2002)¹.

De acordo com Nash (1996, p. I) os primeiros estudos sérios realizados pela antropologia no campo do turismo devem-se a Theron Nuñez, que descreveu os impactos do turismo no México, num artigo intitulado *Tourism, Tradition and Acculturation: Weekendism in a Mexican Village*, publicado no *Southwestern Journal of Anthropology*.

Poucos anos depois, Nuñez (1989) escreveu um capítulo no livro *Hosts and Guests*, organizado por Valene Smith, da Universidade de Pennsylvania. (Smith, 1989). Esse livro, onde também publicam seus estudos Graburn, Nash, Swain, Urbanowics, McKean, Crystal, Greenwood, Pi-Sunyer, Peck, Lepie, Deitch, Loeb e Stanton, transformou-se, com o passar do tempo, num clássico da antropologia do turismo, onde os impactos do turismo nas culturas locais são discutidos e relativizados em função de outros fatores de aculturação. Esse livro foi reeditado dez anos depois com reavaliação dos próprios autores, numa experiência inédita na academia.

Na década de 1970 prevalecia, na área de turismo, a idéia, difundida por organismos internacionais de desenvolvimento, de que esta atividade estava destinada a salvar as economias do Terceiro Mundo. A essa visão economicista e até ingênua do processo social se opuseram antropólogos como Turner e Ash, cujo livro, editado na Inglaterra em 1976, *The Golden Hordes*, depois traduzido na Espanha pela editora Endymion, também transformou-se num clássico, apontando a ação predatória do turismo de massas, comparando os turistas com as hordas dos povos bárbaros que deixavam um rastro de destruição (Turner; Ash, 1991).

Mais polêmico ainda foi o livro organizado pelo cientista social catalão Francisco Jurdao Arrones, publicado também pela editora Endymion, *Los Mitos del Turismo*, em que o autor denuncia o modelo de turismo espanhol,

¹ Uma lista de livros e artigos científicos focalizando antropologia e turismo pode ser vista em:

<<http://www.naya.org.ar/turismo>>.

afirmando que nada mais é do que a venda de terra aos estrangeiros e a abdicação da soberania nacional, dizendo que os turistas são invasores sem exército. Nesse livro há capítulos de autoria de Garrido Torres, Kelly, Lisón Arcal, Erisman, de Vries, Vera-Rebollo, Britton e Crick, cada um deles denunciando os efeitos do turismo na Espanha, nas Antilhas e no Caribe (Jurdao Arrones, 1992).

Na mesma década aparece o primeiro livro teórico sobre sociologia dedicado ao turismo, *Sociologia do Turismo*, do alemão Hans Joachim Knebel (Knebel, 1974). Curiosamente, porém, o livro com esse mesmo título, que vai ser mais conhecido e aceito dentro dos cursos de turismo no Brasil, não é escrito por um sociólogo mas por um doutor em ciências econômicas, pesquisador e assessor de organismos internacionais de turismo; trata-se de *Sociologia do Turismo: para uma Nova Compreensão do Lazer e das Viagens*, escrito na década de 1980 por Jost Krippendorf (Krippendorf, 2001).

Ainda na década de 1970, o sociólogo israelense Erik Cohen², em estágio nos Estados Unidos, estabelece uma série de tipologias turísticas, constituindo-se no primeiro pesquisador a demonstrar que não se deve falar num turista genérico, mas que é preciso diferenciar os turistas quanto a comportamento e motivações em função de características socioeconômicas e psicossociológicas (Cohen, 1979). Suas tipologias são utilizadas até o presente e perpassam, por exemplo, o trabalho de John Urry, que é, neste momento, responsável pela maior quantidade de pesquisas sobre turismo, atitude dos turistas e condutas das pessoas que não são turistas. Urry está na Universidade de Lancaster. Suas preocupações com o consumo dos lugares e paisagens o levaram a escrever *The Tourist Gaze*³, que pode ser considerado, já, um clássico. Nesse livro o autor afirma que o consumo de lugares de forma reflexiva (utilizando o conceito de reflexividade de Giddens) é a marca do turista atual e que consumir lugares como um turista é uma marca da sociedade atual (Urry, 1990).

A escola sociológica inglesa é bastante rica em estudos sobre turismo. Pode ser citado também Cris Rojek, da Universidade de Nottingham Trent, que, juntamente com Urry, escreveu *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*, editado em 1997. Nesse livro se encontram contribuições

² A produção de artigos científicos de Cohen é vasta, embora aqui seja mencionada apenas uma publicação.

³ Traduzido para o português pela editora Nobel com o título *O Olhar do Turista*.

O imprescindível aporte das ciências sociais...

afirmando que nada mais é do que a venda de terra aos estrangeiros e a abdicação da soberania nacional, dizendo que os turistas são invasores sem exército. Nesse livro há capítulos de autoria de Garrido Torres, Kelly, Lisón Arcal, Erisman, de Vries, Vera-Rebollo, Britton e Crick, cada um deles denunciando os efeitos do turismo na Espanha, nas Antilhas e no Caribe (Jurdao Arrones, 1992).

Na mesma década aparece o primeiro livro teórico sobre sociologia dedicado ao turismo, *Sociologia do Turismo*, do alemão Hans Joachim Knebel (Knebel, 1974). Curiosamente, porém, o livro com esse mesmo título, que vai ser mais conhecido e aceito dentro dos cursos de turismo no Brasil, não é escrito por um sociólogo mas por um doutor em ciências econômicas, pesquisador e assessor de organismos internacionais de turismo; trata-se de *Sociologia do Turismo: para uma Nova Compreensão do Lazer e das Viagens*, escrito na década de 1980 por Jost Krippendorf (Krippendorf, 2001). Ainda na década de 1970, o sociólogo israelense Erik Cohen², em estágio nos Estados Unidos, estabelece uma série de tipologias turísticas, constituindo-se no primeiro pesquisador a demonstrar que não se deve falar num turista genérico, mas que é preciso diferenciar os turistas quanto a comportamento e motivações em função de características socioeconômicas e psicossociológicas (Cohen, 1979). Suas tipologias são utilizadas até o pre- sente e perpassam, por exemplo, o trabalho de John Urry, que é, neste momento, responsável pela maior quantidade de pesquisas sobre turismo, atitude dos turistas e condutas das pessoas que não são turistas. Urry está na Universidade de Lancaster. Suas preocupações com o consumo dos lugares e paisagens o levaram a escrever *The Tourist Gaze*³, que pode ser considerado, já, um clássico.

Nesse livro o autor afirma que o consumo de lugares de forma reflexiva (utilizando o conceito de reflexividade de Giddens) é a marca do turista atual e que consumir lugares como um turista é uma marca da sociedade atual (Urry, 1990).

A escola sociológica inglesa é bastante rica em estudos sobre turismo. Pode ser citado também Cris Rojek, da Universidade de Nottingham Trent, que, juntamente com Urry, escreveu *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*, editado em 1997. Nesse livro se encontram contribuições

² A produção de artigos científicos de Cohen é vasta, embora aqui seja mencionada apenas uma

publicação. ³ Traduzido para o português pela editora Nobel com o título *O Olhar do Turista*. Sincretismo afro-brasileiro e resistência cultural

de pesquisadores de vários países da Europa, como Crawshaw Crang, Craig, Jokinen, Liska, Lury, MacDonald Ritzerk e Veijola (Rojek; Urry, 1997).

Em 1994, junto com Scott Lash, Urry escreveu um capítulo dentro do livro *Economies of Signs and Space* denominado *Globalization and Modernity*, onde colocava o turismo como um comportamento paradigmático da sociedade pós-moderna, marcada pela mobilidade e o já referido consumo reflexivo de lugares (Lash; Urry, 1994, p. 252-313).

Outros cientistas sociais que marcaram as últimas décadas estudando o turismo como manifestação da cultura foram Ian Munt (Munt, 1994) e Dean MacCannel. Este último inicia uma discussão sobre a questão da autenticidade, que continua vigente até agora: as manifestações culturais que se apresentam ao turista são autênticas ou são de uma autenticidade encenada? (MacCannel, 1999).

Os estudos de antropologia estão, na atualidade, preocupados com os impactos de certas formas de turismo, especialmente o cultural e o étnico, e com a descaracterização e comercialização das culturas que estes provocam.

O trabalho de Barbara Kirshenblatt-Gimblett, *Destination Culture*, tem todas as condições para se transformar num clássico a respeito do tema (Kirshenblatt-Gimblett, 1998).

Outros trabalhos interessantes são os de Erve Chambers (Chambers, 2000), François-Marie Lanfant, que aborda as mudanças sociais em nível mundial provocadas pelo turismo (Lanfant, 1980) e Priscila Boniface, que trabalha o manejo responsável do legado cultural (Boniface, 1995). O canadense Peter Murphy, que tampouco tem formação em ciências sociais e sim em administração, organizou o livro *Quality Management in Urban Tourism*, com vários artigos refletindo preocupações com a questão cultural, de autores como Nicholson, que estuda os impactos do turismo no Canadá, e o geógrafo Geoffrey Wall, que analisa o caso da Indonésia (Murphy, 1997).

Philippe Pearce⁴, juntamente com Gianna Moscardo, da Universidade James Cook, da Austrália, publicou vários artigos em revistas e o livro *Understanding and Managing the Tourism-Community Relationship* (Pearce; Moscardo, 1996).

A revista *Annals of Tourism Research*, coordenada pelo cientista social Jafar Jafari, da Universidade de Wisconsin, dedicou vários números às questões

⁴ Este Pearce não deve ser confundido com o geógrafo Douglas Pearce, da Nova Zelândia, que também tem dado uma enorme contribuição ao estudo dos impactos do turismo, a partir da geografia.

Margarita Sérgio F. Barretto Ferretti

de pesquisadores de vários países da Europa, como Crawshaw Crang, Craig, Jokinen, Liska, Lury, MacDonald Ritzerk e Veijola (Rojek; Urry, 1997).

Em 1994, junto com Scott Lash, Urry escreveu um capítulo dentro do livro *Economies of Signs and Space* denominado *Globalization and Modernity*, onde colocava o turismo como um comportamento paradigmático da sociedade pós-moderna, marcada pela mobilidade e o já referido consumo reflexivo de lugares (Lash; Urry, 1994, p. 252-313).

Outros cientistas sociais que marcaram as últimas décadas estudando o turismo como manifestação da cultura foram Ian Munt (Munt, 1994) e Dean MacCannel. Este último inicia uma discussão sobre a questão da autenticidade, que continua vigente até agora: as manifestações culturais que se apresentam ao turista são autênticas ou são de uma autenticidade enche- nada? (MacCannel, 1999).

Os estudos de antropologia estão, na atualidade, preocupados com os impactos de certas formas de turismo, especialmente o cultural e o étnico, e com a descaracterização e comercialização das culturas que estes provocam. O trabalho de Barbara Kirshenblatt-Gimblett, *Destination Culture*, tem todas as condições para se transformar num clássico a respeito do tema (Kirshenblatt-Gimblett, 1998).

Outros trabalhos interessantes são os de Erve Chambers (Chambers, 2000), François-Marie Lanfant, que aborda as mudanças sociais em nível mundial provocadas pelo turismo (Lanfant, 1980) e Priscila Boniface, que trabalha o manejo responsável do legado cultural (Boniface, 1995). O canadense Peter Murphy, que tampouco tem formação em ciências sociais e sim em administração, organizou o livro *Quality Management in Urban Tourism*, com vários artigos refletindo preocupações com a questão cultural, de autores como Nicholson, que estuda os impactos do turismo no Canadá, e o geógrafo Geoffrey Wall, que analisa o caso da Indonésia (Murphy, 1997).

Philip Pearce⁴, juntamente com Gianna Moscardo, da Universidade James Cook, da Austrália, publicou vários artigos em revistas e o livro *Understanding and Managing the Tourism-Community Relationship* (Pearce; Moscardo, 1996).

A revista *Annals of Tourism Research*, coordenada pelo cientista social Jafar Jafari, da Universidade de Wisconsin, dedicou vários números às questões

⁴ Este Pearce não deve ser confundido com o geógrafo Douglas Pearce, da Nova Zelândia, que também tem dado uma enorme contribuição ao estudo dos impactos do turismo, a partir da geografia.

relacionadas com sociologia e antropologia do turismo. Em 1983 apareceu *Anthropology of Tourism*, coordenado por Nelson Graburn (Graburn, 1983), e em 1984 *The Social Psychology of Tourism*, número coordenado por Peter F. Stringer (Stringer, 1984). Outro número especial de *Annals of Tourism Research* com interessantes contribuições foi organizado por Graburn e Jafari (1991); em 1990, Tom Selwyn deu uma idéia geral da produção até a época em *Postgraduate Studies in Sociology and Anthropology of Tourism* (Selwyn, 1990).

Neste momento, os estudos antropológicos de turismo da Espanha têm seu maior expoente na pessoa de Agustín Santana Talavera, da Universidade de La Laguna, Tenerife (Santana Talavera, 1997).

Na América do Sul, na revista *Estudios y Perspectivas en Turismo*⁵, editada pelo Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, de Buenos Aires⁶, coordenada por Regina Schlüter, encontram-se trabalhos de cientistas sociais que estudam o fenômeno turístico. Stella Maris Arnaiz Burne, por exemplo, mostra que os benefícios do turismo não são distribuídos equitativamente em Cancún (Arnaiz Burne, 1996); B. Troncoso Morales analisa os mitos do turismo na República Dominicana (Troncoso Morales, 1993), enquanto Pilar Fariña Rodríguez analisa os impactos culturais nas Ilhas Canárias (Fariña Rodríguez, 1994).

Na atualidade, no Brasil, o interesse da antropologia e da sociologia pelo turismo aumenta a cada ano. Há coletâneas, como *Olhares Contemporâneos sobre o Turismo*, organizada por Célia M. Serrano, Tereza M. T. Luchiari e Heloísa T. Bruhns⁷, onde, além destas, sociólogos e antropólogos como Beatriz Labate, Arlete Moyses Rodrigues, Edmilson López Jr. apresentam suas pesquisas, além do já citado Agustín Santana Talavera (Serrano; Luchiari; Bruhns, 2000).

Outra coletânea foi organizada por Álvaro Banducci Jr. e a autora do presente artigo, com capítulos escritos por Adiles Savoldi, Agatha A. dos Santos, Celso Castro, Oswaldo Giovannini Jr., Rodrigo de Azeredo Grünwald, Silvana M. de Araujo, Tânia Lopes e Yolanda F. Silva. (Banducci; Barretto, 2001).

⁵ Disponível em: <<http://www.ciet.org.ar>>.

⁶ A única revista científica de turismo com indexação internacional em espanhol nas Américas.

⁷ Esta pesquisadora não é cientista social, porém sua contribuição tem sido de enorme importância dentro das ciências sociais aplicadas ao turismo, nos estudos de lazer e meio ambiente.

relacionadas com sociologia e antropologia do turismo. Em 1983 apareceu *Anthropology of Tourism*, coordenado por Nelson Graburn (Graburn, 1983), e em 1984 *The Social Psychology of Tourism*, número coordenado por Peter F. Stringer (Stringer, 1984). Outro número especial de *Annals of Tourism Research* com interessantes contribuições foi organizado por Graburn e Jafari (1991); em 1990, Tom Selwyn deu uma idéia geral da produção até a época em *Postgraduate Studies in Sociology and Anthropology of Tourism* (Selwyn, 1990).

Neste momento, os estudos antropológicos de turismo da Espanha têm seu maior expoente na pessoa de Agustín Santana Talavera, da Universida- de de La Laguna, Tenerife (Santana Talavera, 1997).

Na América do Sul, na revista *Estudios y Perspectivas en Turismo*⁵, editada pelo Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, de Buenos Aires⁶, coordenada por Regina Schlüter, encontram-se trabalhos de cientis- tas sociais que estudam o fenômeno turístico. Stella Maris Arnaiz Burne, por exemplo, mostra que os benefícios do turismo não são distribuídos eqüitati- vamente em Cancún (Arnaiz Burne, 1996); B. Troncoso Morales analisa os mitos do turismo na República Dominicana (Troncoso Morales, 1993), en- quanto Pilar Fariña Rodriguez analisa os impactos culturais nas Ilhas Canárias (Fariña Rodriguez, 1994).

Na atualidade, no Brasil, o interesse da antropologia e da sociologia pelo turismo aumenta a cada ano. Há coletâneas, como *Olhares Contem- porâneos sobre o Turismo*, organizada por Célia M. Serrano, Tereza M. T. Luchiari e Heloísa T. Bruhns⁷, onde, além destas, sociólogos e antropólo- gos como Beatriz Labate, Arlete Moyses Rodrigues, Edmilson López Jr. apresentam suas pesquisas, além do já citado Agustín Santana Talavera (Serrano; Luchiari; Bruhns, 2000).

Outra coletânea foi organizada por Álvaro Banducci Jr. e a autora do presente artigo, com capítulos escritos por Adiles Savoldi, Agatha A. dos Santos, Celso Castro, Oswaldo Giovannini Jr., Rodrigo de Azeredo Grünewald, Silvana M. de Araujo, Tânia Lopes e Yolanda F. Silva. (Banducci; Barretto, 2001).

5 Disponível em: <<http://www.ciet.org.ar>>. 6 A única revista científica de turismo com indexação internacional em espanhol nas Américas. 7 Esta pesquisadora não é cientista social, porém sua contribuição tem sido de enorme impor- tância dentro das ciências sociais aplicadas ao turismo, nos estudos de lazer e meio ambiente.

Numa versão em espanhol desse livro, publicada como número especial da revista *Estudios y Perspectivas en Turismo*, sob o título *Antropología y Turismo en Brasil*, aparecem artigos de Carlos A. Steil e Paulo R. A. Nery, cuja produção é relevante nos estudos de turismo religioso e o turismo como rito de passagem, respectivamente (Estudios y Perspectivas en Turismo, 2002).

Há várias dissertações de mestrado da UFSC, de antropólogas que não continuaram pesquisando o tema, como Mara Lago e Carmen Rial, que prestaram enorme contribuição ao estudar, a primeira, a transformação da praia de Canasvieiras em balneário internacional (Lago, 1983) e, a segunda, a transformação da Lagoa da Conceição (Rial, 1988).

Também podem ser citados os pesquisadores Edson Bertin Dornelles, Núbia Rodrigues e Carlos Caroso.

A maior parte dos estudos do turismo, tanto no Brasil quanto no exterior, tem focalizado, principalmente, os impactos na cultura, os processos de aculturação e a questão da autenticidade. Menos atenção têm recebido temas como: alteridade, constituição da diferença, relações de gênero, relações inter-étnicas no trabalho, modos de produção e representações sociais, por exemplo. Desde que no turismo estão sempre sendo colocados estranhos frente a frente, há o emprego de muita mão-de-obra feminina e de minorias étnicas excluídas e é uma atividade emblemática do capitalismo, os temas anteriormente elencados encontram, no turismo, um rico campo de pesquisa para esses grandes temas das ciências sociais.

A contribuição da antropologia ao planejamento e compreensão do turismo

O maior volume de estudos científicos sobre turismo provém das ciências econômicas, que analisam o crescimento e a movimentação de capitais a partir da chamada “indústria” do turismo, ou seja, dos negócios turísticos. Mas estes são apenas uma parte dessa atividade, que vem se configurando como um fato social total.

O turismo consiste no deslocamento de pessoas que, por diversas motivações, deixam temporariamente seu lugar de residência, visitando outros lugares, utilizando uma série de equipamentos e serviços especialmente implementados para esse tipo de visitação. A atividade dos turistas acontece durante o deslocamento e a permanência fora da sua residência. Os negócios turísticos são os realizados nos equipamentos ou durante a prestação de serviços que os turistas utilizam na preparação e na execução da sua atividade. Começam no local de origem, quando os turistas se dirigem a uma

Numa versão em espanhol desse livro, publicada como número especial da revista *Estudios y Perspectivas en Turismo*, sob o título *Antropología y Turismo en Brasil*, aparecem artigos de Carlos A. Steil e Paulo R. A. Nery, cuja produção é relevante nos estudos de turismo religioso e o turismo como rito de passagem, respectivamente (*Estudios y Perspectivas en Turismo*, 2002).

Há várias dissertações de mestrado da UFSC, de antropólogos que não continuaram pesquisando o tema, como Mara Lago e Carmen Rial, que prestaram enorme contribuição ao estudar, a primeira, a transformação da praia de Canasvieiras em balneário internacional (Lago, 1983) e, a segunda, a transformação da Lagoa da Conceição (Rial, 1988).

Também podem ser citados os pesquisadores Edson Bertin Dornelles, Núbia Rodrigues e Carlos Caroso.

A maior parte dos estudos do turismo, tanto no Brasil quanto no exterior, tem focalizado, principalmente, os impactos na cultura, os processos de aculturação e a questão da autenticidade. Menos atenção têm recebido temas como: alteridade, constituição da diferença, relações de gênero, relações inter-étnicas no trabalho, modos de produção e representações sociais, por exemplo. Desde que no turismo estão sempre sendo colocados estranhos frente a frente, há o emprego de muita mão-de-obra feminina e de minorias étnicas excluídas e é uma atividade emblemática do capitalismo, os temas anteriormente elencados encontram, no turismo, um rico campo de pesquisa para esses grandes temas das ciências sociais.

A contribuição da antropologia ao planejamento e compreensão do turismo

O maior volume de estudos científicos sobre turismo provém das ciências econômicas, que analisam o crescimento e a movimentação de capitais a partir da chamada “indústria” do turismo, ou seja, dos negócios turísticos. Mas estes são apenas uma parte dessa atividade, que vem se configurando como um fato social total.

O turismo consiste no deslocamento de pessoas que, por diversas motivações, deixam temporariamente seu lugar de residência, visitando outros lugares, utilizando uma série de equipamentos e serviços especialmente implementados para esse tipo de visita. A atividade dos turistas acontece durante o deslocamento e a permanência fora da sua residência. Os negócios turísticos são os realizados nos equipamentos ou durante a prestação de serviços que os turistas utilizam na preparação e na execução da sua atividade. Começam no local de origem, quando os turistas se dirigem a uma

agência de viagens ou a uma companhia de transportes para comprar um pacote turístico ou uma passagem, continuam quando os turistas chegam ao local de destino e utilizam transporte local, acomodações, serviços de alimentação, rede de diversões, lojas de suvenires, etc. e ainda quando os turistas retornam à casa e levam seus filmes para revelação na loja do bairro.

O turismo, portanto, é um ato praticado por pessoas que realizam uma atividade específica de lazer, fora das suas respectivas cidades, e se utilizam, para atingir seus objetivos, de equipamentos e serviços cuja prestação constitui um negócio.

Sendo o negócio apenas uma parte do fenômeno turístico, analisá-lo somente com os paradigmas econômicos que verificam os fluxos de dinheiro leva ao esquecimento da dimensão antropológica, a enxergar os turistas não como pessoas, mas como simples portadores de dinheiro. Ao mesmo tempo, tratar o turismo somente a partir da dimensão socioantropológica e ambiental leva ao esquecimento das suas derivações no plano econômico, o que pode constituir-se numa visão romântica deslocada das atuais condições históricas.

O turismo precisa ser estudado de forma abrangente e há vários cientistas, como Ascanio, Beni, Lippard e Molina⁸, e Farrel (1992), entre outros, que se propõem a analisá-lo como um sistema, e decomposto em subsistemas. Todos concordam, na atualidade, que se trata de um sistema aberto.

Sem discordar do enfoque acima, em publicação anterior (Barretto, 2000) analisei o turismo sob o paradigma do rizoma de Deleuze e Guattari. O rizoma, elemento da botânica, é apropriado pelos autores e levado à sociedade.

O turismo é uma atividade realizada pelos homens em sociedade. Não podemos pensar no conceito de turismo se pensarmos num homem isolado. Como atividade realizada pelos homens em sociedade, tem um importante grau de imprevisibilidade.

O rizoma se adéqua à análise do fenômeno turístico porque é, em primeiro lugar, imprevisível. Nunca se sabe para onde vai se expandir, nunca se sabe quando vai ressurgir; sempre que cortamos uma parte, esta pode tornar a transformar-se numa planta. Assim, por mais que haja um bom planejamento de turismo, nunca sabemos como a sociedade vai reagir à presença dos turistas, nem como os turistas vão reagir à sociedade que os hospeda⁹.

⁸ Para uma ampliação destes, ver Barretto (2003, p. 136-141).

⁹ Podemos prevenir como vai reagir a natureza, ou seja, os impactos ambientais, porém os impactos sociais podem ser bem diferentes do presumido.

O imprescindível aporte das ciências sociais...

agência de viagens ou a uma companhia de transportes para comprar um pacote turístico ou uma passagem, continuam quando os turistas chegam ao local de destino e utilizam transporte local, acomodações, serviços de alimentação, rede de diversões, lojas de suvenires, etc. e ainda quando os turistas retornam à casa e levam seus filmes para revelação na loja do bairro.

O turismo, portanto, é um ato praticado por pessoas que realizam uma atividade específica de lazer, fora das suas respectivas cidades, e se utilizam, para atingir seus objetivos, de equipamentos e serviços cuja prestação constitui um negócio.

Sendo o negócio apenas uma parte do fenômeno turístico, analisá-lo somente com os paradigmas econômicos que verificam os fluxos de dinheiro leva ao esquecimento da dimensão antropológica, a enxergar os turistas não como pessoas, mas como simples portadores de dinheiro. Ao mesmo tempo, tratar o turismo somente a partir da dimensão socioantropológica e ambiental leva ao esquecimento das suas derivações no plano econômico, o que pode constituir-se numa visão romântica deslocada das atuais condições históricas. O turismo precisa ser estudado de forma abrangente e há vários cientistas, como Ascanio, Beni, Lippard e Molina⁸, e Farrel (1992), entre outros, que se propõem a analisá-lo como um sistema, e decomposto em subsistemas. Todos concordam, na atualidade, que se trata de um sistema aberto.

Sem discordar do enfoque acima, em publicação anterior (Barretto, 2000) analisei o turismo sob o paradigma do rizoma de Deleuze e Guattari. O rizoma, elemento da botânica, é apropriado pelos autores e levado à sociedade.

O turismo é uma atividade realizada pelos homens em sociedade. Não podemos pensar no conceito de turismo se pensarmos num homem isolado. Como atividade realizada pelos homens em sociedade, tem um importante grau de imprevisibilidade.

O rizoma se adéqua à análise do fenômeno turístico porque é, em primeiro lugar, imprevisível. Nunca se sabe para onde vai se expandir, nunca se sabe quando vai ressurgir; sempre que cortamos uma parte, esta pode tornar a transformar-se numa planta. Assim, por mais que haja um bom planejamento de turismo, nunca sabemos como a sociedade vai reagir à presença dos turistas, nem como os turistas vão reagir à sociedade que os hospeda⁹.

⁸ Para uma ampliação destes, ver Barretto (2003, p. 136-141). ⁹ Podemos prevenir como vai reagir a natureza, ou seja, os impactos ambientais, porém os

impactos sociais podem ser bem diferentes do presumido. Sincretismo afro-brasileiro e resistência cultural

A chamada “indústria turística”, ou seja, o conjunto de equipamentos e serviços que compõem a oferta que os turistas vão consumir, é rizomática e também pouco previsível. Surgem, a cada nó do rizoma, novos negócios, novos serviços. Quanto maior a criatividade dos empreendedores, menor a previsibilidade. Um exemplo muito claro pode ser dado com a questão das bagagens no transporte aéreo. É fato conhecido por todos que as companhias aéreas perdem a bagagem dos seus passageiros numa quantidade significativa. Este problema dá como resultado dois novos rebentos do rizoma, o balcão de reclamação de bagagem extraviada nos aeroportos e as companhias que entregam a dita bagagem quando ela é achada.

Se fizermos um retrospecto histórico dos equipamentos e serviços de turismo, veremos que a quantidade destes tem aumentado de forma considerável a partir do que foi considerado, por muitos anos, o tripé do turismo (transportes, hospedagem e agenciamento), que podia ser analisado facilmente a partir da teoria dos sistemas.

Cada um desses pontos do tripé pode ser visto como um nó de um rizoma que foi se estendendo ao longo dos séculos XIX e XX, de forma aleatória e irregular, em função de condicionantes externas (tecnicamente chamadas externalidades) e internas.

Dado esse quadro, uma das poucas formas de minimamente poder prever situações e planejar o turismo é com a ajuda das ciências sociais.

O planejamento do turismo tem estado, historicamente, balizado por teorias e práticas da área administrativa e por técnicas publicitárias e de *marketing*; as primeiras desenvolvendo projeções futuras com base nas tendências de mercado, e as segundas criando hábitos de consumo.

Se, de um lado, esse planejamento trouxe muito dinheiro para os participantes nos negócios turísticos, os resultados, para as comunidades envolvidas, não estão muito claros.

A literatura científica proveniente da geografia, da sociologia e da antropologia levanta problemas que vão do desmatamento das florestas para criar campos de golfe à venda de crianças para turismo sexual. São os chamados impactos do turismo, que alguns cientistas preferem chamar de interferências.

No outro extremo do espectro, a literatura científica também demonstra a revitalização do patrimônio cultural material e imaterial graças ao turismo, a revalorização da natureza, a limpeza de mares poluídos, a recuperação da identidade, demonstrando que o turismo também tem impactos positivos.

A chamada “indústria turística”, ou seja, o conjunto de equipamentos e serviços que compõem a oferta que os turistas vão consumir, é rizomática e também pouco previsível. Surgem, a cada nó do rizoma, novos negócios, novos serviços. Quanto maior a criatividade dos empreendedores, menor a previsibilidade. Um exemplo muito claro pode ser dado com a questão das bagagens no transporte aéreo. É fato conhecido por todos que as companhias aéreas perdem a bagagem dos seus passageiros numa quantidade significativa. Este problema dá como resultado dois novos rebentos do rizoma, o balcão de reclamação de bagagem extraviada nos aeroportos e as companhias que entregam a dita bagagem quando ela é achada.

Se fizermos um retrospecto histórico dos equipamentos e serviços de turismo, veremos que a quantidade destes tem aumentado de forma considerável a partir do que foi considerado, por muitos anos, o tripé do turismo (transportes, hospedagem e agenciamento), que podia ser analisado facilmente a partir da teoria dos sistemas.

Cada um desses pontos do tripé pode ser visto como um nó de um rizoma que foi se estendendo ao longo dos séculos XIX e XX, de forma aleatória e irregular, em função de condicionantes externas (tecnicamente chamadas externalidades) e internas.

Dado esse quadro, uma das poucas formas de minimamente poder prever situações e planejar o turismo é com a ajuda das ciências sociais.

O planejamento do turismo tem estado, historicamente, balizado por teorias e práticas da área administrativa e por técnicas publicitárias e de marketing; as primeiras desenvolvendo projeções futuras com base nas tendências de mercado, e as segundas criando hábitos de consumo.

Se, de um lado, esse planejamento trouxe muito dinheiro para os participantes nos negócios turísticos, os resultados, para as comunidades envolvidas, não estão muito claros.

A literatura científica proveniente da geografia, da sociologia e da antropologia levanta problemas que vão do desmatamento das florestas para criar campos de golfe à venda de crianças para turismo sexual. São os chamados impactos do turismo, que alguns cientistas preferem chamar de interferências.

No outro extremo do espectro, a literatura científica também demonstra a revitalização do patrimônio cultural material e imaterial graças ao turismo, a revalorização da natureza, a limpeza de mares poluídos, a recuperação da identidade, demonstrando que o turismo também tem impactos positivos.

As técnicas de planejamento e *marketing* não dão conta desses desdobramentos. Só conhecendo muito profundamente a sociedade receptora e a sociedade emissora é que se pode minimizar os impactos ou interferências negativas e potencializar os positivos. Só entendendo as pressões sociais da sociedade de origem sobre o indivíduo é que podemos entender um eventual comportamento devasso deste em situações de lazer.

Na atualidade, um dos paradigmas do planejamento do turismo é a base local. Mas para planejar o turismo com base na comunidade local devemos, primeiramente, ter claro o conceito de comunidade, e para isso precisamos das ciências sociais.

Na área da prestação de serviços turísticos o concurso das ciências sociais é fundamental para entender, juntamente com a história social, as marcas deixadas pela escravidão em determinadas sociedades.

Funções como garçom, cozinheiro, camareira, faxineira, jardineiro aeromoça ou motorista, só para citar algumas nas quais o turismo gera a maior parte dos empregos, foram, até duzentos anos atrás, realizadas ou por escravos ou por servos, conforme a estrutura social vigente. Como conseguir prestadores desse tipo de serviços com qualidade sem trabalhar essas questões histórico-culturais?

Para entender certas reações às possibilidades de emprego para mulheres e jovens em comunidades tradicionais é importante entender as relações de família e de gênero. O turismo demanda muita mão de obra feminina, tanto na área de trabalhos braçais, dentro da hotelaria, por exemplo, quanto no chamado *front line*. Recepcionistas, telefonistas, vendedoras, todos são trabalhos preferencialmente femininos. O que acontece quando, numa comunidade tradicional com valores machistas, o turismo propicia a independência econômica das esposas e filhas? Dentro do público masculino, há predominância de demanda por jovens, porque têm mais força para realizar trabalhos mais pesados e, também, pela dimensão estética, que no turismo tem primazia. O que acontece, em comunidades patriarcais, quando os jovens começam a ganhar mais salário do que os próprios pais?

Para entender a resistência às mudanças de determinados trabalhadores, é preciso entender as representações sociais desses grupos a respeito do outro, seja estrangeiro ou seja de outro estrato socioeconômico. Embora não seja comum presenciar atos de xenofobia aberta contra os turistas por parte dos prestadores de serviços, muitas vezes esta se apresenta sob a forma da negligência, do descaso e de um serviço prestado de má vontade.

As técnicas de planejamento e marketing não dão conta desses desdobramentos. Só conhecendo muito profundamente a sociedade receptora e a sociedade emissora é que se pode minimizar os impactos ou interferências negativas e potencializar os positivos. Só entendendo as pressões sociais da sociedade de origem sobre o indivíduo é que podemos entender um eventual comportamento devasso deste em situações de lazer.

Na atualidade, um dos paradigmas do planejamento do turismo é a base local. Mas para planejar o turismo com base na comunidade local devemos, primeiramente, ter claro o conceito de comunidade, e para isso precisamos das ciências sociais.

Na área da prestação de serviços turísticos o concurso das ciências sociais é fundamental para entender, juntamente com a história social, as marcas deixadas pela escravidão em determinadas sociedades.

Funções como garçom, cozinheiro, camareira, faxineira, jardineiro e romoça ou motorista, só para citar algumas nas quais o turismo gera a maior parte dos empregos, foram, até duzentos anos atrás, realizadas ou por escravos ou por servos, conforme a estrutura social vigente. Como conseguir prestadores desse tipo de serviços com qualidade sem trabalhar essas questões histórico-culturais?

Para entender certas reações às possibilidades de emprego para mulheres e jovens em comunidades tradicionais é importante entender as relações de família e de gênero. O turismo demanda muita mão de obra feminina, tanto na área de trabalhos braçais, dentro da hotelaria, por exemplo, quanto no chamado front line. Recepcionistas, telefonistas, vendedoras, todos são trabalhos preferencialmente femininos. O que acontece quando, numa comunidade tradicional com valores machistas, o turismo propicia a independência econômica das esposas e filhas? Dentro do público masculino, há predominância de demanda por jovens, porque têm mais força para realizar trabalhos mais pesados e, também, pela dimensão estética, que no turismo tem primazia. O que acontece, em comunidades patriarcais, quando os jovens começam a ganhar mais salário do que os próprios pais?

Para entender a resistência às mudanças de determinados trabalhadores, é preciso entender as representações sociais desses grupos a respeito do outro, seja estrangeiro ou seja de outro estrato socioeconômico. Embora não seja comum presenciar atos de xenofobia aberta contra os turistas por parte dos prestadores de serviços, muitas vezes esta se apresenta sob a forma da negligência, do descaso e de um serviço prestado de má vontade.

Como foi construída social e historicamente a representação desse “outro” no imaginário desse prestador de serviço?

Para minimizar os impactos culturais negativos e potencializar os positivos é imprescindível entender o que é cultura, o que é aculturação, o que é identidade. Muitos promotores públicos e privados de turismo instalam um determinado equipamento, criam um atrativo ou um produto turístico que provoca aculturação ou perda da identidade, ou, ao contrário, valoriza esta última e, por não ter conhecimentos de ciências sociais, olham atônitos para o resultado da sua ação. Como conseguir sempre resultados positivos?

Para relativizar os impactos culturais e discriminar o que é desejável em termos de aculturação, é necessário entender o conceito de cidadania. É preciso ter claro que, em primeiro lugar, o turismo não é o único fator de aculturação, muito menos no atual estágio de globalização da cultura propiciado pelas tecnologias da comunicação. Em segundo lugar, é preciso verificar quais os valores que devem ser preservados e quais são de duvidoso valor para o bem-estar do ser humano. Será que é correto manter uma população sem direito ao conforto contemporâneo propiciado pela tecnologia para perpetuar uma “autêntica cultura caipara ou rural”? Será que é eticamente correto manter práticas vexatórias da condição humana para perpetuar uma “autêntica cultura aborígine”?

Para entender a resistência ao turismo de alguns setores da população (incluindo a academia) e para entender a hostilidade que muitas vezes se observa contra os turistas nos núcleos receptores é preciso se aprofundar na representação social sobre o fenômeno e os seus atores. Os turistas são vistos como pessoas fúteis, que esbanjam dinheiro em supérfluos, que se comportam mal, que invadem o cotidiano. Até que ponto essa imagem foi formada por filmes como *O Barco do Amor* ou *A Ilha da Fantasia*, que apresentam *tours* com romance incluído num mundo de *glamour* e dinheiro fácil; e pelos inúmeros filmes mostrando as férias de milionários devassos nas ilhas do Pacífico, com direito a uma dose de violência? Por outro lado, os turistas que se acreditam no direito de invadir, que entendem que, desde que estão pagando têm todos os direitos e nenhum dever, devem ser estudados à luz da história social do turismo. Os primeiros turistas, entre os séculos XVI e XVIII foram nobres que, efetivamente, gozavam de todos os direitos de sua classe e tinham poucos deveres. Já naqueles tempos, havia conflitos entre visitantes e visitados. Os relatos de viagem da época dão conta de duelos em que muitos jovens morreram. O turismo contemporâneo,

Como foi construída social e historicamente a representação desse “outro” no imaginário desse prestador de serviço?

Para minimizar os impactos culturais negativos e potencializar os positivos é imprescindível entender o que é cultura, o que é aculturação, o que é identidade. Muitos promotores públicos e privados de turismo instalam um determinado equipamento, criam um atrativo ou um produto turístico que provoca aculturação ou perda da identidade, ou, ao contrário, valoriza esta última e, por não ter conhecimentos de ciências sociais, olham atônitos para o resultado da sua ação. Como conseguir sempre resultados positivos?

Para relativizar os impactos culturais e discriminar o que é desejável em termos de aculturação, é necessário entender o conceito de cidadania. É preciso ter claro que, em primeiro lugar, o turismo não é o único fator de aculturação, muito menos no atual estágio de globalização da cultura propiciado pelas tecnologias da comunicação. Em segundo lugar, é preciso verificar quais os valores que devem ser preservados e quais são de duvidoso valor para o bem-estar do ser humano. Será que é correto manter uma população sem direito ao conforto contemporâneo propiciado pela tecnologia para perpetuar uma “autêntica cultura caíçara ou rural”? Será que é eticamente correto manter práticas vexatórias da condição humana para perpetuar uma “autêntica cultura aborígene”?

Para entender a resistência ao turismo de alguns setores da população (incluída a academia) e para entender a hostilidade que muitas vezes se observa contra os turistas nos núcleos receptores é preciso se aprofundar na representação social sobre o fenômeno e os seus atores. Os turistas são vistos como pessoas fúteis, que esbanjam dinheiro em supérfluos, que se comportam mal, que invadem o cotidiano. Até que ponto essa imagem foi formada por filmes como *O Barco do Amor* ou *A Ilha da Fantasia*, que apresentam tours com romance incluído num mundo de glamour e dinheiro fácil; e pelos inúmeros filmes mostrando as férias de milionários devassos nas ilhas do Pacífico, com direito a uma dose de violência? Por outro lado, os turistas que se acreditam no direito de invadir, que entendem que, desde que estão pagando têm todos os direitos e nenhum dever, devem ser estudados à luz da história social do turismo. Os primeiros turistas, entre os séculos XVI e XVIII foram nobres que, efetivamente, gozavam de todos os direitos de sua classe e tinham poucos deveres. Já naqueles tempos, havia conflitos entre visitantes e visitados. Os relatos de viagem da época dão conta de duelos em que muitos jovens morreram. O turismo contemporâneo,