

# Luzes e Sombras: notas para um balanço crítico da antropologia do turismo

Roque Pinto<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA, Brasil

## Resumo

Este artigo procura abordar alguns dos principais vetores que tornaram possível o surgimento do turismo no mundo, esboçando de forma panorâmica seus desdobramentos políticos, econômicos, socioculturais e simbólicos. A pesquisa indica, ainda, como foi se constituindo a literatura acadêmica do campo das Ciências Sociais que tem a atividade turística como objeto de estudo. O artigo também delinea como os principais eixos temáticos da antropologia do turismo se consolidaram no tempo e problematiza o lugar desse subcampo no contexto da tradição antropológica brasileira. Esta pesquisa conclui apontando para a importância dos estudos vindouros da antropologia do turismo como subsídio para as políticas relativas ao setor.

**Palavras-chave:** Antropologia do Turismo. Antropologia, Turismo.

## Lights and Shadows: notes for a critical assessment of the anthropology of tourism

## Abstract

This article seeks to address some of the main vectors that made the emergence of tourism possible in the world, outlining its political, economic, socio-cultural and symbolic developments in a panoramic way. It also indicates how academic literature in the field of Social Sciences has been constituted, with tourism as an object of study. The article also outlines how the main thematic axes of anthropology of tourism have consolidated over time and questions the place of this subfield in the context of the Brazilian anthropological tradition. It concludes by pointing to the importance of future studies of anthropology of tourism as a subsidy for policies related to the sector.

**Keywords:** Anthropology of Tourism. Anthropology. Tourism.

Recebido em: 23/05/2020

Aceito em: 17/08/2020



Este trabalho está licenciado sob CC BY-NC 4.0. Para visualizar uma cópia desta licença, visite <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

## 1 Introdução

Foi no ano de 1974, na Cidade do México, no Congresso da *American Anthropological Association*, que pela primeira vez um grupo de antropólogos se reuniu para discutir o turismo como objeto de investigação de forma sistemática. Muitos autores assinalam que (ao menos simbolicamente), a partir daquele instante seminal, começaram a se delinear os principais eixos temáticos da antropologia do turismo, que viria a se tornar foco de intensos debates até os dias de hoje (SMITH; BRENT, 2001; SANTANA TALAVERA, 2015; SALAZAR, 2020).

Quase 50 anos depois do emblemático *Host and Guest* (SMITH, 1977), livro derivado daquele encontro no congresso de 1974, a atividade turística se tornou altamente complexa e muitos países desenvolveram em relação a ela uma dependência econômica quase temerária, dada a volatilidade do setor.

Paralelamente, a antropologia do turismo foi refinando sua ferramentaria teórica e metodológica ao se aproximar de áreas contíguas como a geografia, a sociologia, a economia e a arquitetura, além dos estudos próprios ao turismo (SANTANA TALAVERA, 2015). E se tornou uma subárea consagrada da antropologia, dispensando escusas ou apresentações, como indica Nogués Pedregal (2020, p. 1):

Os estudos turísticos conformam um âmbito de investigação que goza de uma excelente saúde e uma grande projeção acadêmica em nível mundial. Basta comprovar, por exemplo, que entre as cinco primeiras revistas com maior índice de impacto nos últimos cinco anos nas categorias *Anthropology, Hospitality, Leisure, Sport & Tourism, Sociology & Social Sciences, Interdisciplinary* do *Social Science Citation Index* (2017), figuram três revistas especializadas em estudos turísticos: *Tourism Management, Annals of Tourism Research* e *Journal of Travel Research*.

O turismo se configura como uma zona de contato intercultural, mas também funciona como um produtor e consumidor de culturas, territorialidades e identidades. E, do ponto de vista etnográfico, apresenta-se como uma janela privilegiada para a observação processual de mudanças e adaptações das diversas sociedades (BURNS, 2002; PEREIRO, 2020, p. 3).

Por meio dos *brokers* que compõem a complexa teia (econômica e relacional) de empresas e pessoas que se interpõem e/ou envolvem a relação elementar entre visitantes e visitados, a atividade turística é, muitas vezes, investida localmente da importante capacidade de nomear e renomear (SALAZAR, 2020, p. 2). Desse modo, o turismo representa simbólica e empiricamente um espaço segregado de poder no qual estão imbricados mediação cultural, imaginários e mobilidades.

Ora, o destino turístico é também um lugar de história: “é feito de memória”, como ressalta Hernández Ramírez (2020, p. 5). E assim, um efeito secundário (mediato) importante do turismo é o de estimular uma reelaboração do passado-presente do lugar, na maioria das vezes com um viés utilitarista, quando não francamente segregador de comunidades ou frações de comunidades incômodas e/ou desnecessárias para fins da atividade turística. Em termos mais abstrados, trata-se da própria legitimidade de determinar os usos e os sentidos do lugar.

Do mesmo modo, sendo complexa e multifacetada, a atividade turística se mostra para a antropologia como um campo fértil para a descrição, análise e entendimento de alguns aspectos importantes da vida social, inclusive por metáfora ou metonímia, parafraseando Lévi-Strauss. E é dessa mesma forma que entende Marc Augé (2001), para quem o turismo é a própria transnominância da contemporaneidade, com uma presença incontornável (ora desejável ora incômoda) em praticamente todos os lugares do planeta (PEREIRO; FERNANDES, 2018; PINTO-COELHO; PINTO, 2018).

Há ainda muitos debates (inclusive) conceituais em aberto. Por exemplo, diante do turismo, onde se encaixam as segundas residências e os veranistas em termos teórico-conceituais? Quais são os “limites” do turismo? Como “medir” seus efeitos sociais no lugar? Como definir o pós-turismo?, etc.

Mas, por outro lado, ao longo dessas décadas, houve um acúmulo formidável a respeito de vários subtemas como expectativas e condutas dos turistas, formação da imagem turística, segregação e dualidade de espaços, turismo e desenvolvimento ou a questão da autenticidade e dos simulacros (JAFARI, 2001; GRABURN; BARTHIEL-BOUCHER, 2001; BURNS, 2002; LAGUNAS, 2007; GRABURN *et al.*, 2009; PEREIRO, 2009; SANTANA TALAVERA, 2009).

Inclusive os antropólogos do turismo não se furtaram de novas demandas teóricas a partir da própria complexidade empírica (como o *dark tourism*, *overtourism*, áreas pós-turísticas híbridas, etc.) e do necessário entendimento das relações e das correlações do turismo com objetos contíguos (e muitas vezes sobrepostos), como a gentrificação, a prostituição, as mobilidades (e imobilidades), o imaginário do lugar, a invenção das tradições, a questão patrimonial, a pressão imobiliária e as alterações locais nos padrões socioculturais e econômicos.

Procurando fazer uma delimitação mais estrita, o que se pretende aqui é apresentar de modo esquemático a dimensão processual da constituição da antropologia do turismo, inicialmente esboçando o surgimento, o desenvolvimento e o espraiamento da atividade turística em si mesma. Em seguida, traçando as linhas mais gerais da antropologia (ou socioantropologia) do turismo no contexto global. E, posteriormente, apresentando seus avanços no contexto brasileiro. Nas considerações finais são feitas referências aos desafios a serem enfrentados pelos cientistas sociais quanto à temática do turismo e à importância de se compreender um objeto tão complexo e mutável quanto onipresente.

Vale ressaltar que este artigo se apresenta, ao fim e ao cabo, como uma espécie de esboço de inventário da antropologia do turismo no contexto brasileiro (entre várias outras possibilidades), com vistas a uma figuração mais precisa do estado da arte (BARRETTO, 2009a; PINTO, 2015). É uma tentativa de condensar um debate amplo e complexo e que

possui fronteiras móveis, sempre a evocar reinvenções de pertencimentos (ANDERSON, 1983; APPADURAI, 1995)<sup>1</sup>.

## 2 Férias, Trens, Literatura e Buffalo Bill

Diferentemente das viagens de crescimento pessoal (*bildungsreise*) dos filhos da aristocracia europeia do século XVIII – o chamado *Grand Tour* –, a incipiente atividade turística do século XIX já não era algo restrito a um escol privilegiado que solitariamente viajava o mundo por esnobismo ou “cultivo do espírito” (SALGUEIRO, 2002). Tratava-se, ao contrário, do movimento de pessoas comuns que dispunham de meios e desejos para, mediante um pagamento correspondente, ocupar seu tempo de não trabalho (ócio) com uma mescla de viagem e de entretenimento dentro de uma estrutura logística corporativa capitalista.

Alguns fatores heteróclitos se combinaram em meados do século XIX, tornando possível o surgimento da atividade turística no mundo: as disposições socioeconômicas que vão associar deslocamento físico com a ocupação do tempo de ócio, gerando, assim, um produto comercializável (LAGUNAS, 2007); o importante fator tecnológico da melhoria dos sistemas de transporte, especialmente do trem (CHAMBERS, 2000); e o surgimento de uma nova visão e segmentação simbólica do mundo, visto de forma panorâmica, isto é, como uma paisagem (PINTO-COELHO; PINTO, 2018).

Essa forma nova de viajar combinada com algumas atividades de entretenimento surgiu no ocidente industrial sob a influência do romantismo da literatura de viagem, no âmbito do emergente espírito capitalista. Por conta das suas raízes “orientalistas”, ela incidia no exótico, no pretensamente autêntico, no misterioso, no velado a ser descoberto, reforçando estereótipos e ressaltando as diferenças entre visitantes e visitados.

A Alhambra de Irwing e Chateaubriand ou obras como *As Memórias de um Turista*, de Stendhal, e *Viagens na Minha Terra*, de Almeida Garrett, tiveram uma importância considerável nesta nova experiência de busca pelo outro ou mesmo por si próprio por meio de deslocamentos voluntários (URRY, 1999; PEREIRO, 2009; GASTAL, 2003; SANTANA TALAVERA, 2015).

Pode-se verificar os desdobramentos desse processo ainda hoje na conformação do olhar do turista a partir de uma matriz literária que vincula Buenos Aires a Jorge Luís Borges, Lisboa a Fernando Pessoa, Soria a Antonio Machado, Dublin a James Joyce, Praga a Franz Kafka, Málaga a Pablo Picasso ou a Bahia a Jorge Amado (HERNÁNDEZ RAMÍREZ, 2006; PINTO, 2006; DELGADO, 2007).

Vinte e seis anos antes de criar o *voucher*, que em 1891 seria aperfeiçoado pela American Express no formato de *traveler's* cheques, Thomas Cook fundou a Thomas Cook and son, uma das primeiras agências de viagens, no ano de 1841 (a portuguesa Agência Abreu, insituída em 1840, reivindica o pioneirismo de ser a primeira do mundo. De qualquer modo, antes de criar seu próprio negócio, Cook havia trabalhado na agência britânica Cox & Kings, constituída em 1758). Pouco tempo depois, Búfalo Bill (William Cody) foi trabalhar para a Union Pacific Railroad, promovendo caçadas de búfalos como

---

<sup>1</sup> Sou grato ao professor Antônio Luz Costa pela avaliação crítica deste texto e por suas valiosas sugestões.

um *plus* às viagens de trem. E é mais ou menos nesse mesmo período que a empresa Fred Harvey Company passou a organizar viagens de grupos para observar índios hopi e navajo (SANTANA TALAVERA, 2009).

Do ponto de vista teórico-metodológico e conceitual, portanto, o turismo se inscreve num tipo de deslocamento vinculado a uma mentalidade que sanciona positivamente o consumo do tempo de ócio em viagens que fazem uso de infraestruturas, bens e serviços num espaço físico não ordinário para o viajante, com uma contrapartida pecuniária (SMITH, 1977).

Portanto, diferentemente do que se vê em algumas publicações para-acadêmicas e até mesmo acadêmicas ligadas ao turismo, não faz muito sentido falar de “atividade turística” no âmbito das Grandes Navegações, do Império Romano ou em qualquer outro contexto histórico anterior ao século XIX. Dizendo de outro modo, há diferenças substantivas e estruturais que distinguem o turismo de qualquer outra forma de deslocamento humano, de modo que a atividade turística não se confunde com qualquer locomoção independentemente do seu significado (GRABURN 1992; SIMONICCA 2001; SMITH; BRENT 2001; PEREIRO; FERNANDES, 2018).

Por volta da década de 1930, houve um crescimento exponencial do turismo na Europa. O que se deveu em grande parte ao incremento da base de consumidores pertencentes a segmentos sociais beneficiados com as conquistas sindicais e à relativa acessibilidade aos meios de transporte privados (automóvel e motocicleta). Também contribuiu nesse processo a influência da publicidade e especialmente um *ethos* que vinculava a “conquista do lazer” a uma atitude psicologicamente revigorante e politicamente progressista (KRIPPENDORF, 2001; PEREIRO; FERNANDES, 2018).

A expansão do turismo europeu deita raízes num conjunto de vetores econômicos e sociais anteriores, gestados mais especificamente na Grã-Bretanha entre as décadas de 1870 e 1930. Para Urry (1999), a prática do turismo como uma atividade cíclica e largamente difundida teve como ensaio – como fenômeno sociológico, econômico e semiótico – a Inglaterra vitoriana, especialmente as regiões têxteis algodoeiras de Lancashire e os balneários fabris do norte do país, onde, emulando as práticas de segmentos sociais mais abastados, a classe operária britânica “aprendeu” a gozar seu tempo de ócio no período de férias em lugares distintos das suas cidades de origem (WALTON, 1981).

O momento seguinte ao surgimento e ao espraiamento do turismo foi sua massificação no pós-guerra. A sociogênese da atividade turística massiva só foi possível consoante um conjunto de elementos que, embora não estejam intrinsecamente relacionados ao turismo em si mesmo, foram decisivos como um lastro sociológico e econômico para o sucesso da atividade.

Entre esses fatores, tem-se: (i) a regulação do tempo social em função do trabalho, cronometrado pelo relógio; (ii) a institucionalização de férias remuneradas, criando-se, assim, um lapso temporal cíclico anual dedicado ao não trabalho, que se oporá às regulações do restante do ano, pautadas pelo mundo da produção; (iii) o surgimento de uma classe trabalhadora relativamente homogênea e, portanto, produtora de um *habitus* característico, que será o “*benchmarking*” social dos lugares de passeio por meio dos seus critérios de distinção de *status*; (iv) o desenvolvimento e o conseqüente barateamento dos meios de transporte, tanto coletivos quanto particulares, como o trem e o ônibus

(e posteriormente o avião), e especialmente o automóvel; (v) a modelagem, dentro da moral vitoriana, de formas de recreação que estimulavam a prática de exercícios físicos e a realização de excursões regulares, por um lado, e, por outro, a aproximação com o “típico” e o “tradicional” dentro do processo de conformação da “*englishness*”; (vi) a “descoberta” da praia como espaço de saúde e cura e, depois, de fruição (THOMPSON, 1967; URRY, 1999; BURNS, 2002).

Assim, no ocidente industrial, e especialmente na Europa, o turismo se “democratiza” a partir da década de 1950, convertendo-se numa atividade de massa e num importante lastro econômico ligado à indústria de serviços sob o controle dos *tour* operadores. Tem-se, então, a convergência do crescimento exponencial da atividade turística com um sistema econômico que começa a se orientar para o consumo massivo. Conjuntamente com o descenso de uma ética puritana ligada ao trabalho e o surgimento de uma ética hedonista voltada para o gozo, “começarão a servir as indústrias culturais nas quais se enquadra a nova mercadoria do turismo, o individualismo e o culto do corpo” (PEREIRO, 2009, p. 20).

Não tardaria para que praticamente todas as classes sociais da fração do mundo ocidental ou ocidentalizada começassem a praticar o turismo, agora já transformado em um fim em si mesmo, considerado como mais um item no rol de produtos a serem consumidos, adquirindo importância tanto nas sociedades emissoras (especialmente no âmbito urbano dos países industrializados) quanto nas receptoras, tornando-se um importante componente na vida econômica e social do mundo contemporâneo (MATHIESON; WALL, 1990).

Rapidamente o turismo foi engolfado pelo sistema capitalista de forma orgânica e global, passando de um modelo quase artesanal para um modelo industrial de larga escala. Fatores como o rápido crescimento econômico dos países capitalistas, a modernização e o acesso mais amplo aos meios de transporte, o processo global de concentração urbana, a facilidade de trânsito de pessoas entre os países, o amparo legal da viagem e da estadia, as férias remuneradas e a relativa estabilidade político-social e econômica, tanto nas sociedades emissoras quanto nas receptoras, foram decisivos para a consolidação dessa simbiose.

Assim, os destinos turísticos passam a ser modelados econômica, social e institucionalmente por um conjunto de profissionais cada vez mais especializados para receber uma massa populacional instável e sazonal motivada pela expectativa de ter experiências contrastantes àquelas vividas no cotidiano das suas sociedades de origem (NASH, 1996; GRABURN *et al.*, 2009; PINTO, 2011).

Mas, com o avanço do turismo de massa em praticamente todos os lugares do mundo, foi ficando cada vez mais evidente – especialmente para as populações afetadas – que, para além de um visitante ingênuo apreciador das particularidades locais, o turista também se constituía num voraz consumidor de recursos e, portanto, um agente que competia diretamente com os moradores locais pelo uso, consumo e apropriação de bens comuns que então já se antevia como não renováveis (SANTANA TALAVERA, 2009).

Desde então, a partir dos grandes centros consumidores de turismo, passou-se a ter em conta que a atividade turística se desenhava como um sistema entrópico que nos moldes então praticados tenderia a exaurir os recursos locais, a menos que houvesse uma barreira



de contenção institucional baseada na previsibilidade do sistema, no planejamento e na gestão, com o intuito de prevenir mudanças irreversíveis nas comunidades autóctones (SANTANA TALAVERA, 2015).

Essas constatações empíricas auxiliaram no redimensionamento dos órgãos internacionais ligados à atividade, como a Organização Mundial do Turismo – hoje vinculada à Organização das Nações Unidas (ONU) –, que se originou em 1925, mas que só passou a ter as feições políticas e institucionais atuais a partir de 2003, depois de ter sofrido reformas importantes nas décadas de 1950 e 1970. E, desse modo, a atividade turística passou a ser objeto de interesse não apenas de grupos corporados, localidades e países, mas também de entidades multilaterais e intergovernamentais que atuam no monitoramento de políticas globais e de oscilações econômicas do setor (JAFARI, 2001).

### 3 Turismo e Antropologia: fluxos, fronteiras e territórios

No ano de 1899, o economista e estatístico italiano Luigi Bodio publicou o texto *Sul movimento dei foresteri in Italia e sul dinero chi vi spendono* (“Sobre o movimento dos forasteiros na Itália e o dinheiro que gastam”, em tradução livre), que pode ser considerado o primeiro artigo acadêmico a tratar do turismo a partir do ponto de vista das Ciências Sociais. Três décadas depois, o sociólogo alemão Leopold von Wiese publicou um trabalho intitulado *Fremdenverkehr als zwischenmenschliche Beziehung* (“O Turismo como Relação Interpessoal”) (SANTANA TALAVERA, 2009; MANTECÓN, 2008).

As primeiras referências antropológicas do turismo remontam aos estudos de Robert Redfield, da Universidade de Chicago, nas décadas de 1930 e 1940, que investigou os efeitos do turismo nas festividades em Chicxulub, na península de Yucatán (NOGUÉS PEDREGAL, 2020). Alguns autores atribuem, ainda, como texto fundador da jovem tradição da socioantropologia do turismo o artigo “*Tourism, tradition and acculturation: weekendismo in a mexican village*”, de autoria de Theron Núñez, publicado em 1963 na revista *Ethnology*, por ocasião do encontro da *American Anthropological Association* no ano anterior (NÚÑEZ, 1963).

No começo da década de 1960, Boorstin publicou um trabalho a respeito dos “pseudoeventos” no contexto da América do Norte (BOORSTIN, 1961). Cerca de uma década depois, MacCannell retoma o problema, discutindo a respeito da autenticidade no turismo (MACCANNELL, 1973). No ano anterior, o sociólogo israelense Erik Cohen apresentou uma primeira tipologia de turismo e de turistas (COHEN, 1972).

Mas esses trabalhos, que sem dúvida alguma demonstram o atilamento antropológico dos seus autores em obras escrupulosas e originais, resumiam-se a iniciativas singulares. Sem embargo, o turismo só passaria a figurar como um objeto central na antropologia (nos Estados Unidos e Europa, sobretudo) a partir da década de 1970, com suas abordagens balizadas pela noção de aculturação e pelas teorias da modernidade, do desenvolvimento e do colonialismo, tendo como conceitos centrais o “nativo” e a “comunidade”. Produzia-se, então, etnografias funcionalistas que, basicamente, caracterizavam o turismo como um agente externo desestabilizador dos padrões socioculturais locais (SMITH; BRENT, 2001; PEREIRO, 2020, p. 4).

No ano de 1973, foi fundado pelo antropólogo Jafar Jafari o importante periódico *Annals of Tourism Research*, com uma perspectiva do turismo com base nas Ciências Sociais, sendo uma das mais relevantes e prestigiosas publicações acadêmicas de turismo no mundo até hoje. No ano seguinte, em 1974, a União Internacional de Organismos Oficiais de Turismo (IUOTO) se transformou na influente Organização Mundial de Turismo.

Naquele mesmo ano, no âmbito do congresso da *American Anthropological Association* na Cidade do México, um grupo de antropólogos se reuniu para discutir a temática emergente do turismo. Derivou daí uma publicação do que viria a ser uma espécie de marco zero ou divisor de águas da antropologia do turismo: o livro *Host and Guest: the Anthropology of Tourism* (SMITH, 1977).

Os resultados apresentados no livro delineavam um quadro pessimista, marcando especialmente os efeitos negativos da atividade turística nas comunidades receptoras (SMITH, 1992; COHEN, 2005). Mas sobretudo foi uma antologia que se tornaria uma referência incontornável da antropologia do turismo (SALAZAR, 2020, p. 3).

Posteriormente, o mesmo grupo (com algumas adições e deserções) revisou os trabalhos publicados, refletindo uma perspectiva mais relativizada e ampliada, considerando outros fatores de mudança social nas comunidades receptoras, que tendencialmente se atribuía ao turismo (SMITH; BRENT, 2001).

As décadas de 1970-1980 definiram a pauta da antropologia do turismo, a partir das proposições de autores como Cohen, Dann, MacCannel, Jafari, Nash, Smith ou Grabrun, que estabeleceram os principais pontos a serem problematizados e que se tornaram importantes focos de investigação para as gerações posteriores de investigadores.

Ao serem definidas algumas linhas de estudos do turismo: o “encontro” entre visitantes e visitados; os efeitos do turismo nas comunidades receptoras; a atividade turística como ritual; o turismo como uma relação imperialista; os sentidos do olhar do turista ou o tema da autenticidade, os trabalhos pioneiros promoveram debates que resultaram na cristalização de alguns eixos de investigações no campo da antropologia do turismo que permanecem vivos e polêmicos (BURNS, 2002; TRIBE, 2004; LAGUNAS, 2007; MUNSTERS; MARJAN, 2015; PEREIRO; FERNANDES, 2018; SANTANA TALAVERA, 2020).

Nas décadas de 1980 e 1990, se viu um grande crescimento quantitativo e qualitativo da antropologia do turismo, especialmente na Commonwealth e na Europa Ocidental, inclusive com a presença de antropólogos e sociólogos no desenho do produto turístico, no esforço para buscar soluções práticas para minimizar os efeitos negativos da atividade e na busca de uma ativação patrimonial sustentada nas comunidades receptoras (SMITH; EADINGTON, 1994; JAFARI, 2007; PEREIRO; FERNANDES, 2018).

Na medida em que se passou a entender melhor o objeto em sua complexidade, ele foi se apresentando mais matizado e heteróclito. E foi justamente por conta das suas peculiaridades ontológicas – por exemplo, o surgimento dos seus efeitos antes mesmo de sua implementação, como no caso da especulação imobiliária – que alguns autores passaram a classificá-lo, do ponto de vista acadêmico, não como uma disciplina, mas sim uma indisciplina (TRIBE, 1997) ou mesmo uma pós-disciplina (COLES; DUVAL; HALL, 2005).

Atualmente há um entendimento mais ou menos unânime de que a melhor forma de entender o turismo, em termos conceituais, metodológicos e teóricos, é pensá-lo como



um sistema complexo (SANTANA TALAVERA, 2015; PINTO; PEREIRO, 2010). Mas, como ressalta Tribe (2004), a produção de conhecimento em turismo – donde se inscreve a antropologia e outras áreas de conhecimento contíguas – se dá majoritariamente mediada por um núcleo estabelecido e orientado pelo setor empresarial (economia, administração de negócios, *marketing*, etc.).

*Pari passu* à expansão do turismo no mundo (e o aumento da sua dependência econômica), houve um aumento significativo das investigações em diversas áreas de conhecimento, resultando no salto quantitativo e qualitativo da produção acadêmica sobre o tema especialmente a partir da década de 1990, com a consolidação dos estudos temáticos, a circulação de periódicos de destaque em fluxo constante, a formação de grupos multidisciplinares de investigação e o apoio a eventos internacionais cíclicos (JAFARI, 2001; 2005; VELASCO GONZÁLEZ, 2005).

Tem-se, então, uma multiplicidade de interesses que influenciam na definição das formas de abordagem do objeto: investigações teóricas x trabalhos aplicados; foco humanista x foco empresarial; uma orientação mais ou menos comprometida com a sociedade receptora x uma orientação voltada estritamente para o lucro, etc.

É nesse contexto que a socioantropologia do turismo divide seu objeto com disciplinas adjacentes e com elas compartilha enfoques, métodos e técnicas, com ênfase maior ou menor em alguns temas-problemas segundo sua própria dinâmica (SANTANA TALAVERA, 2009). E, nesse âmbito, a antropologia, de acordo com Nogués Pedregal (2020, p. 3), teria uma especial condição de “prestar atenção às condições socioeconômicas e ideológicas que *fabricam* o turista”. Segundo o autor:

As práticas turísticas implicam em consumo do território em nome do direito individual de satisfazer um desejo induzido. Falamos da tríade *desejo-consumo-território* e sua materialização no diálogo conflituoso que se dá entre um valor econômico que reivindica o individualismo da satisfação e aquele valor que reivindica a urdidura dos laços comunitários como cimento da sociabilidade e da construção do *lugar*. (NOGUÉS PEDREGAL, 2020, p. 3, grifos do autor)

Inclusive porque a atividade turística se tornou tão onipresente no mundo ocidental – na economia, nos retículos político e social, na arena simbólica e identitária – que alguns autores passaram a classificar o turismo como a própria metonímia da contemporaneidade (AUGÉ, 1998). Como ressalta Santana Talavera (2020, p. 1), “[...] a prática do turismo é concebida nas sociedades economicamente desenvolvidas do século XXI como uma necessidade”. Essa visão é corroborada pela Organização dos Estados Americanos, ao afirmar que o turismo é “[...] a maior indústria do mundo e o principal deslocamento humano em tempos de paz na história da humanidade” (OEA, 1996; SMITH, 1992).

Contudo, embora sejam notáveis os avanços da antropologia do turismo desde a década de 1970, o turismo não se constitui em uma unanimidade entre antropólogos nem mesmo no “continente internacional”, para usar uma expressão de Gerholm e Hannerz (1982). Trata-se de um campo marcado por recusas, resistências e evitamentos, inclusive em lugares em que a atividade turística é econômica e socialmente relevante (NASH, 1996; LEAH BURNS, 2004; HERNÁNDEZ RAMÍREZ, 2006; NOGUÉS PEDREGAL, 2009).

## 4 Um Silêncio Ensurdecedor: seria o turismo um não objeto da antropologia brasileira?

Nélson Rodrigues utilizou a expressão “silêncio ensurdecedor” para descrever a reação da estupefata torcida brasileira ao término da partida final do mundial de futebol de 1950 quando, contra todos os prognósticos, a equipe do Brasil perdeu o título para o Uruguai em pleno Maracanã.

Essa mesma expressão foi tomada de empréstimo, em outro momento, para ilustrar a hesitação das Ciências Sociais brasileiras em reconhecer efetivamente o turismo como um objeto de investigação relevante, a despeito da sua importância simbólica, sociopolítica e econômica no âmbito da vida vivida (PINTO, 2010).

Vale ressaltar que a perspectiva aqui está orientada para o âmbito institucional, isto é, para a falta de reconhecimento acadêmico e de recursos para pesquisa em turismo pela via das Ciências Sociais no Brasil e pela necessidade de implementação de núcleos fortes de investigação, cujos embriões já vêm se desenvolvendo em várias instituições brasileiras, ainda que com relativa baixa conectividade entre si e com muitas décadas de atraso em relação ao grandes centros receptores de turismo no mundo.

Mas é crucial reconhecer, por outro lado, a existência de pesquisadores abnegados que por décadas a fio vêm trabalhando com a temática do turismo no contexto nacional e que quase sempre se encontram em grupos de trabalho específicos das reuniões bianuais da Associação Brasileira de Antropologia e em outros eventos congêneres.

E é sintomático que provavelmente todos eles trabalhem com o turismo como um objeto ou associado ou paralelo a temáticas canônicas da antropologia, como comunidades tradicionais, religião, urbanização, avaliação de políticas públicas ou interações entre sociedade e meio ambiente. Talvez, ao esboçar esquematicamente a trajetória dos estudos acadêmicos voltados para o turismo no Brasil, se possa melhor compreender esse *gap* entre o que se vê e o que se estuda no âmbito da antropologia brasileira.

O primeiro curso de graduação em turismo no país foi implantado no ano de 1971, na então Faculdade de Turismo do Morumbi, atual Universidade Anhembi-Morumbi, em São Paulo. Vários autores anotam que ao longo das décadas de 1970 e 1980 tanto a produção acadêmica sobre o turismo como a oferta bibliográfica eram bastante limitadas no Brasil (REJOWSKI, 1998; BARRETTO, 2009a; NETTO; CALCIOLARI, 2010).

Nas décadas de 1990 e 2000, com o crescimento da oferta de cursos de turismo, verificou-se um aumento da demanda pela literatura especializada e uma expansão numérica em termos de publicações, tanto de livros quanto de periódicos, e também de produção de teses e dissertações (REJOWSKI, 2010; REJOWSKI; ALDRIGUI, 2013).

Contudo, a produção brasileira ainda se mantinha distante – em termos de qualidade e de quantidade – do que se produzia no mundo acadêmico internacional, embora essa defasagem tenha sido mitigada nas últimas décadas com a melhoria dos indicadores de produção/publicação nacionais e com uma aproximação maior com universidades e grupos de pesquisa mais cêntricos do ponto de vista de uma produção global.

Ainda assim, conforme indicam vários autores, persistem “pendências” importantes, especialmente nos âmbitos de teorias que possam dar conta das peculiaridades nacionais, locais e regionais e da metodologia de pesquisa na perspectiva social (BARRETTO, 2003;

BARRETTO; DOS SANTOS, 2005; LOPES; TINÔCO; DE SOUZA, 2011; HERNÁNDEZ RAMÍREZ; PEREZ; PINTO, 2015; PINTO, 2015; MILANO, 2017).

De qualquer modo, é importante anotar que desde seus primórdios os estudos sobre o turismo no Brasil estão associados de algum modo às áreas de Comunicação, Administração de Negócios e Economia. A partir da década de 1980, o turismo passou também a ser objeto de interesse da Geografia e, na década seguinte, das Ciências Sociais, especialmente da Antropologia, embora muito mais por conta dos esforços dos investigadores individualmente do que por algum tipo de estímulo ou planejamento institucional (BANDUCCI JR., 2002; STEIL, 2002; GRÜNEWALD, 2001; BARRETTO, 2009a).

No contexto brasileiro há uma convergência de fatores que contribuem para uma subvalorização ainda maior da atividade turística como objeto de investigação no âmbito da antropologia, em que pesem importantes trabalhos já realizados. Tem-se desde as peculiaridades históricas da antropologia brasileira, marcada por um acentuado traço militante e comprometido com o projeto de construção do nacional (PEIRANO, 2000), até o contexto empírico mais amplo marcado por uma forte desigualdade econômica e social, que tende a ampliar a visão do turismo como algo frívolo e esnobe, restrito a um *happy few* privilegiado quase descolado da sociedade real (PINTO, 2010).

Vale notar, contudo, que, a partir de meados da década de 2000, o Brasil experimentou um *boom* turístico doméstico sustentado pela melhoria da qualidade de vida da população em geral e fomentado por políticas específicas desenvolvidas pelo poder público. Afinal é sintomático que o país só tivesse criado um Ministério do Turismo no ano de 2003, com décadas de atraso (a Secretaria de Turismo do México, por exemplo, foi criada em 1975).

No Brasil não faltam questões importantes relativas aos efeitos da atividade turística. Para relacionar apenas algumas geograficamente localizadas, tem-se o imbricamento étnico no Sul do país relativo à imigração europeia, especialmente a italianidade e a germanidade (SAVOLDI, 2001); no Nordeste tem-se a questão da ocupação territorial no litoral e os embates entre empresários de turismo e setores imobiliários com as populações locais, inclusive indígena (GRÜNEWALD, 2002; 2003; RODRIGUES, 2015; RODRIGUES; ARAÚJO, 2016), além dos diversos móveis identitários que se entrecruzam em grandes eventos como o carnaval (PINTO, 2006); no Brasil Central, o turismo se vincula a relações complexas com comunidades piscatórias e seu entorno ambiental (BANDUCCI JR.; MORETTI, 2001; BANDUCCI JR., 2003).

Além de situações locais que envolvem o turismo de algum modo, espraiam-se em diversos lugares do país os grandes deslocamentos humanos nas romarias e peregrinações (STEIL, 2003; ALMEIDA; PINTO, 2017); os intrincados arranjos de interesses econômicos, identitários e patrimoniais (BARRETTO, 2007; CASTRO; PINTO, 2013; FERREIRA; OLIVEIRA, 2019); e a grave problemática da exploração sexual (PISCITELLI, 2007).

Mas, a despeito da significância empiricamente verificável do turismo, não é de se estranhar que a atividade, em contraste com as imensas demandas sociais no contexto brasileiro, seja vista para um contingente expressivo de antropólogos como algo desimportante e indigno de nota. Enfim, esse silêncio ensurdecido da antropologia brasileira em relação ao turismo, do ponto de vista institucional, resulta, paradoxalmente, mais por revelar do que ocultar.

A negação ou ao menos a evasiva da antropologia em relação ao turismo radica em diversos fatores. Antropólogos hoje referenciais nos estudos sobre o tema, como Leiper ou Valene Smith – e que relataram também terem sido desencorajados a trabalhar com o turismo no começo das suas carreiras –, apontam algumas dessas questões. A mais notável delas seja, talvez, a ideia muitas vezes mal dissimulada de que o turismo seria um campo de investigação pouco respeitável por se tratar de uma atividade ligada ao ócio e ao prazer, entendida como algo frívolo, desimportante e burguês (CRICK, 1992).

Daí que não é incomum que muitos etnógrafos que tenham encontrado turistas acidentalmente no terreno de investigação – inclusive numa frequência que justificasse sua figuração no cenário etnográfico – dessem um jeito de tirá-los da cena. Afinal parece ser apropriado divisar explicitamente o duro trabalho etnográfico de uma estadia turística associada aos célebres 5s: *sun, sea, sand, saving and sex* (NASH, 1996). Obviamente que o impetuoso antropólogo não gostaria de ser confundido com um turista ingênuo, ainda que isso seja muito mais recorrente do que desejaria (NÚÑEZ, 1963; GALANI-MOUTAFFI, 2000; SWAIN, 2000).

É emblemática, nesse aspecto, a experiência descrita pelo antropólogo japonês Shinji Yamashita. Ao realizar seu primeiro trabalho de campo na Indonésia entre os Toraja de Sulawesi, ele reconheceu que via a presença de turistas no local “como uma monstruosidade”, e por isso se assegurava de excluí-los da objetiva da câmara ao tirar fotografias (CRYSTAL, 1992). Vale notar que posteriormente Yamashita reconheceu a importância do turismo no terreno, cotejando seu objeto num marco mais amplo e dinâmico e assumindo o próprio turismo como um importante vetor de mudança social no contexto investigado (BURNS, 2002; YAMASHITA, 2003).

Ao discutir o tema da resistência dos antropólogos ao turismo, Hernández Ramírez (2006, p. 33) chama a atenção para o que define como “dualidade de atividades, espaços e tempos hierarquizados”, isto é, o entendimento de que as bases epistemológicas (moderna e industrial), donde são forjadas as Ciências Sociais, são fortemente marcadas pela ideia do trabalho como um elemento basilar da organização social e um potente catalisador moral, produzindo percepção de realidade, da consciência e da identidade.

Por essa ótica, o ócio e o turismo seriam o “lado de fora”, o espaço de fuga da realidade cotidiana, assinalado pela fantasia e pela acentuação da alienação e, portanto, de certa forma um espaço-tempo identitariamente estéril, marcado pelo consumo passivo e entendido como um mero epifenômeno dependente do campo “produtivo”. O ócio e especificamente o turismo dentro dele teriam, assim, nada mais do que um caráter utilitarista (numa função reparadora, voltada para o aumento da produtividade no trabalho), moralista e romântico (PINTO, 2015).

Portanto, a dicotomia que opõe o tempo consumido pelo trabalho compulsório ao tempo consumido voluntariamente com o lazer tende a atribuir ao ócio um caráter instrumental e acessório ao trabalho, segundo uma lógica compensatória de repor no lazer o que é retirado pelo trabalho (GRONAU, 1977; DUMAZEDIER, 1979; MAGNANI, 2003).

Isso é particularmente notável quando Lafargue relaciona a supressão dos santos católicos pelo protestantismo às “novas necessidades industriais e comerciais da burguesia”. Segundo o autor, com a finalidade de reduzir os 90 dias anuais de descanso popular

(52 domingos e 38 feriados), a nova ordem puritana “[...] tirou todos os santos do céu para abolir suas festas na terra” (LAFARGUE, 2001, p. 160).

Para Nash (1996), a hostilidade dos antropólogos em relação ao turismo se dá não apenas por ele ser um objeto “tardio” e eminentemente “ocidental”, como também porque as Ciências Sociais o capturaram inicialmente com um olhar impregnado pelo senso comum, como algo “bom ou ruim” (LEAH BURNS, 2004; NOGUÉS PEDREGAL, 2009; 2020).

Conforme observam alguns autores, o turismo parece evocar uma espécie de expressão extemporânea da síndrome do bom selvagem (BOISSEVAIN, 1977; CRICK, 1992), uma noção difusa de que a atividade turística causaria a destruição do “objeto antropológico”, com a desagregação de sociedades e o esfacelamento de tradições pelos bárbaros modernos, como relata Hernández Ramírez (2006, p. 31): “uma de minhas estudantes de doutorado me comentou que uma amiga sua, também aluna de antropologia, ao saber que ela ia cursar estudos de turismo, a contestou, enojada: ‘você vai trabalhar a favor do inimigo?’”.

Contudo, para os moradores do destino turístico (população local e trabalhadores locais e estrangeiros, no caso dos destinos maduros), a relação com o turismo é quase sempre ambígua. Se, por um lado, pode haver uma grande dependência econômica, por outro, se tem a especulação imobiliária, as pressões inflacionárias, as alterações nas pautas sociais locais, e mesmo efeitos negativos em atividades tradicionais como a mariscagem e a pesca nas sociedades haliêuticas (BANDUCCI JR.; BARRETTO, 2001; PERALTA, 2003; SANTANA TALAVERA; PASCUAL FERNANDEZ, 2003; BIANCHI; SANTANA TALAVERA, 2004; PASCUAL FERNANDEZ, 2004; RIAL; GODIO, 2006).

A atividade turística reflete tanto na conformação da imagem e do estereótipo dos turistas e de si mesmos (por contraste), quanto em relação à adoção de práticas virtualmente exógenas. O aumento do consumismo, do estresse cotidiano, da delinquência juvenil ou da prostituição são exemplos recorrentes. E que repercutem diretamente nas unidades familiares tocadas pelo turismo, tanto nos seus efeitos primários (imediate) quanto nos secundários (mediato) (NASH, 1996; BURNS, 2002; PISCITELLI, 2007; MILANO, 2018; PINTO, 2019; SANTANA TALAVERA, 2020).

Vale notar que aqui se opta pelo termo “efeito” ao invés do termo “impacto”, concordando com Barretto (2009b), para quem a ideia de impacto pressupõe, equivocadamente, um choque (turismo) sobre uma tábula rasa (sociedade receptora), desconsiderando, por um lado, a própria natureza negocial e relacional do turismo e, por outro, toda uma série de estratégias locais de resistência, numa gama que vai da negociação ao conflito aberto (GRÜNEWALD, 2002; BOISSEVAIN, 2007; GRABURN *et al.*, 2009; RODRIGUES, 2014). O ponto de convergência de visitantes e de visitados é, para o antropólogo italiano Alessandro Simonicca, o campo privilegiado de investigação da antropologia do turismo. Portanto, para ele

[...] a *antropologia do turismo* tem como objeto de análise fundamental o encontro (*encounter*) que se produz na relação de aceitação mútua entre o hóspede e o anfitrião (*guest/host*) dentro de um espaço antrópico e natural específico (*território*). A mobilidade humana que se origina em tal contexto se manifesta de várias formas nas fronteiras culturais e revela graus distintos de conflitos identitários em relação aos sujeitos implicados. (SIMMONICA, 2007, p. 28, grifos do autor).



As alterações verificáveis num dado lugar turístico, como a implantação de equipamentos públicos e privados e o incremento de recursos financeiros, podem ser consideradas positivas de certo ponto de vista – como a melhora da qualidade de vida material e a diminuição das desigualdades sociais – mas, por outro lado, podem também ser apreendidas como um estorvo quanto à alteração das pautas relacionais locais marcadas pela tradição, o incremento da mercantilização, da competição, do efeito demonstração, da dualidade de espaços, da desagregação social, inflação, especulação imobiliária, etc. (SMITH, 1992; SMITH; BRENT, 2001; BURNS, 2002).

Contudo, aparentemente o que mais se verifica no contexto dos países em vias de desenvolvimento é que, em lugar de brindar mais oportunidades igualitárias de benefício e crescimento humano, o turismo incrementa desequilíbrios econômicos e reforça as assimetrias sociais (DE KADT, 1991; JURDAO ARRONES, 1992; BARRETTO, 2009b; RODRIGUES, 2015; RODRIGUES; ARAÚJO, 2016).

Simmonica (2007) aponta três modelos metodológicos básicos de encontro entre visitantes e visitados, pressupondo que a depender do fluxo de visitantes opera-se uma transformação observável e mesurável no lugar. O primeiro modelo de representação das fronteiras culturais no encontro é o “modelo Alarde”, em que o fluxo de visitantes produz efeitos tão intensos de mercantilização que as próprias pautas culturais locais se reduzem a meros motivos para o intercâmbio de mercadorias, provocando inclusive a desintegração das próprias tradições.

O segundo é o “modelo Amish”, que embora apresente características econômicas semelhantes ao anterior, evidencia melhor a divisão entre o palco (*frontstage*) e os bastidores (*backstage*) do sistema turístico, resultando no reforço de elementos identitários locais na medida em que se desenvolve uma espécie de barreira de contenção social/cultural que pode assegurar a integridade do interno frente ao externo.

Entre esses dois modelos há uma difusa politomia marcada pela ausência de padrões de comparação etnográfica, impossibilitando estabelecer um gradiente relativamente fiável a ser aplicado para o entendimento dos efeitos do turismo no destino. De qualquer modo, pode-se concluir que o modelo Amish representa uma parcela bastante reduzida no conjunto global dos destinos turísticos.

Há, ainda, um terceiro modelo, muitas vezes apontado como referência de avivamento cultural espoletado pelo turismo: o “modelo Bali”, no qual, segundo Simonicca (2007, p. 35), “todos os aspectos da vida cotidiana se animam com a ‘cultura turística’, caracterizada pela contínua oferta de ‘dramatizações’ por parte da ilha aos viajantes, restituindo e reforçando o sentido de pertencimento étnico”. Contudo, o caso Bali é bastante peculiar, já que se originou segundo um conjunto de circunstâncias e contextos culturais e políticos dificilmente repetíveis.

Deve-se ter em conta, no entanto, a complexidade que envolve o turismo em si mesmo e que reverbera nos seus estudos (especialmente na perspectiva humanista). Por exemplo, o rol dos sujeitos de estudo da antropologia do turismo não se limita ao simples binômio anfitrião x visitante. Ele é formado por todos que direta ou indiretamente desempenham algum papel ou são afetados *no e pelo* cenário turístico (SANTANA TALAVERA, 2009).

Isso inclui as diferentes fases do sistema produtivo da atividade turística, desde sua concepção até sua conclusão, desde a sociedade emissiva, a viagem, a fruição, até



o retorno do turista, contabilizando-se inclusive os investidores e os responsáveis pelo desenho do produto turístico, que podem até mesmo situarem-se geograficamente fora tanto da sociedade emissiva quanto da receptiva (BOISSEVAIN, 1977; SELWYN, 1996; SHARPLEY; TELFER, 2002). Desse modo, tem-se, do ponto de vista da investigação, um universo complexo, multifacetado e que se transforma rápida e constantemente.

Interessa, portanto, desenvolver trabalhos de campo e estratégias metodológicas no sentido de aferir e de cotejar tipologias e modelos operativos, delinear relações e correlações, definir critérios comparativos. Nesse sentido, são pelo menos quatro valências que conectam turismo e antropologia (PINTO; PEREIRO, 2010): (i) o aspecto metodológico, especialmente as possibilidades da pesquisa participante e da descrição etnográfica no contexto de encontros transitórios entre portadores de papéis sociais díspares; (ii) o aspecto teórico-conceitual, ao pensar um objeto em uma abordagem sistêmica, processual, complexa e holística; (iii) o recurso etnológico, ao buscar padrões observáveis e virtualmente comparativos nas diversas sociedades receptoras dentro de uma ampla politomia social, cultural, econômica, política e simbólica; (iv) uma deontologia antropológica voltada para o suporte de práticas e políticas que favoreçam um turismo sustentável e/ou minimizador de efeitos danosos às comunidades receptoras (SMITH; EADINGTON, 1994; GRÜNEWALD, 2002; STEIL, 2002; BARRETTO, 2006; PEREIRO PÉREZ; SMITH INAWINAPI, 2007; PEREIRO, 2015a; 2015b).

Em relação aos subcampos e/ou às abordagens de investigação no âmbito do turismo, cientistas sociais vêm atuando ativamente há décadas em estudos que tratam de temas como a formação da imagem turística (*Tourist Destination Image ou TDI*) (SELWYN, 1996; PINTO, 2012b), o turismo como uma forma de imperialismo/colonialismo (NASH, 1989), turismo e desenvolvimento local (BURNS, 2002; SHARPLEY; TELFER, 2002), as relações entre turismo, política e poder (PIRES, 2003; BOISSEVAIN, 2007), a questão da autenticidade (BOORSTIN, 1961; MACCANNELL, 1976; COHEN, 1988), as tipologias de turismos e turistas (SMITH, 1977; COHEN, 2005), o patrimônio (PEREIRO, 2009; PEREIRO; FERNANDES, 2018), o próprio entrechoque entre visitantes e visitados (SIMONNICA, 2007; MILANO, 2018), a dimensão simbólica/imaginária/semiológica do olhar do turista (URRY, 1999; SANTANA TALAVERA, 2015), turismo e etnicidade (MUNSTERS; MARJAN, 2015), a dimensão ritual (GRABURN, 1992; PINTO, 2011), os limites éticos da atividade e seus desdobramentos econômicos, ecológicos e sociológicos (URBAIN, 1993; DE KADT, 1991; GASCÓN; CAÑADA, 2005).

Obviamente todos esses pontos estão interconectados com as dimensões sociocultural e simbólica de uma atividade cuja essência é o deslocamento voluntário de pessoas de seu lugar de origem para conhecer outros lugares e outras pessoas no intuito de viver experiências extracotidianas (PINTO, 2011). Portanto, algo que sempre estará imbricado a relações de poder necessariamente assimétricas (cuja dimensão econômica será um desdobramento óbvio), com projeções de estereótipos, com simulacros e simulações do imaginário e com um dinâmico jogo de identidades (LAGUNAS, 2007; SANTANA TALAVERA, 2009; PEREIRO; FERNANDES, 2018).

Em um ponto de vista assaz crítico do turismo, Chambers e Buzinde (2015) propõem uma abordagem da atividade a partir de uma perspectiva decolonial, considerando que as aproximações teóricas pós-coloniais e correlatas ainda não se debruçaram o

suficiente sobre o tema para desenvolver uma epistemológica do turismo que forneça um contraponto alternativo ao conhecimento vigente que, para as autoras, ainda é predominantemente colonial.

De qualquer modo, considerando a dimensão aplicada da antropologia, profissionais acadêmicos ou não vêm atuando junto a governos e organizações não governamentais no âmbito de investigações e assessorias para a avaliação dos efeitos do turismo nas sociedades receptoras, tanto em intervenções práticas mais pontuais como em planejamentos estratégicos de longo prazo com vistas a minimizar as consequências negativas da atividade turística (SANTANA TALAVERA, 1990; BIANCHI; SANTANA TALAVERA, 2004; CASTRO; PINTO, 2013).

Além disso, um campo emergente de investigação e de intervenção na socioantropologia do turismo é a gestão da atividade turística por comunidades autóctones, especialmente no sentido de auxiliar na elaboração de políticas e práticas sustentáveis e preservacionistas. No ano de 2015, o periódico galego *Agália – Revista de Estudos na Cultura* publicou um número especial intitulado “*Turismo em Terras Indígenas*”, que apresenta um conjunto de investigações tratando do tema, contendo ainda um amplo e sistemático exame do estado da arte no mundo (PEREIRO, 2016; MUNSTERS; MARJAN, 2015).

Pina Cabral (2007) ressalta que na metatradução antropológica em que operamos – essa espécie de supervia global em que passam as antropologias que se desenvolveram depois das tradições canônicas inglesa, estadunidense e francesa – a tônica é o entendimento da fluidez do outro. Essa perspectiva auxilia na calibragem do foco de investigação no âmbito do turismo ao pensar no viajante como portador de uma pauta cultural itinerante de efeito cíclico e um “consumidor de culturas” (SANTANA TALAVERA, 2015). E pensar no anfitrião como alguém que terá sua própria cidade sendo usada pelo outro como um objeto de consumo (HERNÁNDEZ-RAMÍREZ, 2020).

Nesse sentido, é inegável o manancial etnográfico fornecido pela atividade turística, ao esquadrihar as comunidades receptoras como *loci* de mediação, de negociação e de reelaboração de tradições e de simbolismos diante de forças econômicas e políticas que interatuam em sistemas dentro de sistemas, imprimindo dinâmicas particulares ao lugar (PEREIRO; FERNANDES, 2018; PINTO-COELHO; PINTO, 2018).

## 5 Considerações Finais

Pretendeu-se aqui fazer um balanço esquemático e apresentar algumas linhas mais gerais de investigação que vêm sendo vivamente discutidas no plano global relativamente aos estudos sociológicos e especialmente antropológicos que têm o turismo como objeto. Dada a grande amplitude heurístico-metodológica e teórico-conceitual da socioantropologia do turismo, foram selecionados alguns eixos mais recorrentes na literatura especializada, deixando-se de lado outros pontos igualmente importantes.

Uma vez que parece ser ponto pacífico que a coexistência com o turismo na contemporaneidade é algo incontornável (AUGÉ, 1998; 2001; LAGUNAS, 2007; GRABURN *et al.*, 2009; RODRIGUES, 2015; HERNÁNDEZ RAMÍREZ, 2020), a antropologia do turismo, isto é, os estudos antropológicos que têm o turismo como objeto (SANTANA

TALAVERA, 2009), vem desde a década de 1960 aportando sistematicamente questões de suma importância para o entendimento da atividade, na dimensão teórico-conceitual, no refinamento da metodologia de investigação, no uso da etnografia como evidência empírica e no provimento de uma perspectiva humanista, centrada nas comunidades receptoras e minimizadora de efeitos danosos (PINTO; PEREIRO, 2010; PEREIRO; FERNANDES, 2018).

Portanto, como afirma Santana Talavera (2015, p. 96), o desafio do antropólogo que investiga o turismo é, em uma perspectiva multidimensional e processual, compreender a atividade turística em sua mudança permanente, responder às suas demandas de modelização complexa e prever seu comportamento no tempo, incluindo suas consequências imediatas e mediatas para o entorno político, econômico, sociocultural e ecológico.

Assim, tendo em conta os intrincados fatores sociais que interagem na atividade turística e em suas adjacências, o interesse antropológico pelo turismo se dá não apenas pela sua relevância como fato total, com importantes desdobramentos socioeconômicos, político-culturais, psicofisiológicos, simbólicos e ecológicos, mas também pelas suas peculiaridades ontológicas, figurando como um objeto de investigação singular, complexo e dinâmico e que mais do que nunca requer a atenção de cientistas sociais no Brasil e no mundo.

## Referências

- ALMEIDA, A. S. A. de; PINTO, R. Religiosidade e turismo: o primado da experiência. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. **Ciências Humanas**, [s.l.], v. 12, p. 615-627, 2017.
- ANDERSON, B. **Imagined Communities**. London: Verso, 1983.
- APPADURAI, A. The Production of Locality. In: FARDON, R. (ed.). **Counterworks: Managing the Diversity of Knowledge**. London and New York: Routledge, 1995. p. 178-199.
- AUGÉ, M. **El Viaje Imposible: El Turismo y sus Imágenes**. Barcelona: Gedisa, 1998.
- AUGÉ, M. Rapports Entre Tourisme, Culture et Territoire. **Turisme i Cultura – Debats del Congrés de Turisme Cultural: Saló Internacional del Turismo a Catalunya**. Barcelona: Fundació Interarts, 2001. p. 21-31.
- BANDUCCI JR., A. Turismo y Antropología en Brasil: un estudio preliminar. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, [s.l.], v. 11, n. 1, p. 9-26, 2002.
- BANDUCCI JR., A. Turismo cultural e patrimônio: a memória pantaneira no curso do Rio Paraguai. **Horizontes Antropológicos**, [s.l.], v. 9, n. 20, p. 117-140, 2003.
- BANDUCCI JR., A.; BARRETTO, M. (org.). **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. 2. ed. Campinas: Papirus, 2001.
- BANDUCCI JR., A.; MORETTI, E. (org.). **Qual Paraíso? Turismo e ambiente em Bonito e no Pantanal**. São Paulo; Campo Grande: Chronos, Editora da UFMS, 2001.
- BARRETTO, M. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e à compreensão do turismo. **Horizontes Antropológicos**, [s.l.], v. 9, n. 20, p. 15-30, 2003.
- BARRETTO, M. **Turismo, Cultura e Sociedade**. Caxias do Sul: Educs, 2006.
- BARRETTO, M. **Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas**. El Sauzal: Asociación Canaria de Antropología y Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2007.

- BARRETTO, M. Os estudos antropológicos sobre turismo no Brasil: uma história recente. *In: Graburn, N. et al. Turismo e Antropologia: novas abordagens*. Campinas: Papirus, 2009a. p. 53-66.
- BARRETTO, M. **Turismo y Cultura: Relaciones, Contradicciones y Expectativas**. El Sauzal: Pasos, 2009b.
- BARRETTO, M.; DOS SANTOS, R. Fazer científico em turismo no Brasil e seu reflexo nas publicações. **Turismo-Visão e Ação**, [s.l.], v. 7, n. 2, p. 357-364, 2005.
- BIANCHI, R.; SANTANA TALAVERA, A. Between the sea and the land: exploring the social organization of tourism development in a Gran Canaria fishing village. *In: BOISSEVAIN, J.; SELWYN, T. (org.). Contesting the Foreshore: Tourism, Society and Politics on the Coast*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2004. p. 83-108.
- BOISSEVAIN, J. Tourism and Development in Malta. **Development and Change**, [s.l.], v. 8, p. 523-538, 1977.
- BOISSEVAIN, J. Confrontando la Industria Turística en Malta. *In: LAGUNAS, D. (org.). Antropología y Turismo. Claves Culturales y Disciplinarias*. México D.C.: Plaza y Valdés, 2007. p. 73-90.
- BOORSTIN, D. **The Image: a guide to Pseudo Events in America**. New York: Harper & Row, 1961.
- BURNS, P. **Turismo e Antropologia: uma introdução**. São Paulo: Chronos, 2002.
- CASTRO, L.; PINTO, R. Sustentabilidade e turismo comunitário: aspectos teórico-conceituais. **Caderno Virtual de Turismo**, [s.l.], v. 13, n. 2, p. 213-226, 2013.
- CHAMBERS, D.; BUZINDE, C. Tourism and Decolonisation: Locating Research and Self. **Annals of Tourism Research**, [s.l.], v. 51, p. 1-16, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.12.002>.
- CHAMBERS, E. **Native Tours: the Anthropology of Travel and Tourism**. Long Grove: Waveland Press, 2000.
- COHEN, E. Toward a Sociology of International Tourism. **Social Research**, [s.l.], v. 39, p. 164-182, 1972.
- COHEN, E. Authenticity and Commoditisation in Tourism. **Annals of Tourism Research**, [s.l.], v. 15, n. 3, p. 371-386, 1988.
- COHEN, E. Principales Tendencias en el Turismo Contemporáneo. **Política y Sociedad**, [s.l.], v. 42, n. 1, p. 11-24, 2005.
- COLES, T.; DUVAL, D. T.; HALL, M. Sobre el turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar. **Política y Sociedad**, [s.l.], v. 42, n. 1, p. 85-99, 2005.
- CRICK, M. Representaciones del turismo internacional en las ciencias sociales: sol, sexo, paisajes, ahorros y servilismos. *In: JURDAO ARRONES, F. (comp.). Los Mitos del Turismo*. Madrid: Endimión, 1992. p. 339-404.
- CRYSTAL, E. El Turismo en Toraya (Sulawesi, Indonesia). *In: SMITH, V. (org.). Anfitriones e Invitados: La Antropología del Turismo*. Madrid: Endymion, 1992. p. 217-256.
- DE KADT, E. (ed.). **Turismo: ¿Pasaporte al Desarrollo?** Madrid: Endymion, 1991.
- DELGADO, M. Ciudades sin Ciudad. La Tematización "Cultural". *In: LAGUNAS, D. (coord.). Antropología y Turismo: Claves Culturales y Disciplinarias*. México, D. C.: Plaza y Valdés, 2007. p. 91-108.
- DUMAZEDIER, J. **Sociologia Empírica do Lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

- FERREIRA, H. C.; OLIVEIRA, M. A. Memória, identidade e gastronomia: turismo como alternativa de desenvolvimento local para “populações tradicionais” em unidades de conservação. **Revista Iberoamericana de Turismo**, [s.l.], v. 9, p. 170-190, 2019.
- GALANI-MOUTAFFI, V. The Self and the Other: Traveler, Ethnographer, Tourist. **Annals of Tourism Research**, [s.l.], v. 27, n. 1, p. 203-224, 2000.
- GASCÓN, J.; CAÑADA, E. **Viajar a Todo Tren: Turismo, Desarrollo y Sostenibilidad**. Barcelona: Icaria, 2005.
- GASTAL, S. Imagem, paisagem e turismo: a construção do olhar romântico. **Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [s.l.], v. 11, n. 3, p. 123-133, 2013.
- GERHOLM, T.; HANNERZ, U. Introduction: the Shaping of National Anthropologies. **Ethnos**, [s.l.], v. 42, p. 5-35, 1982.
- GRABURN, N. Turismo: el viaje sagrado. In: SMITH, V. (coord.). **Anfitriones e Invitados: Antropología del turismo**. Madrid: Endymión, 1992. p. 45-68.
- GRABURN, N.; BARTHIEL-BOUCHER, D. Relocating the Tourist. **International Sociology**, [s.l.], v. 16, n. 2, p. 147-158, 2001.
- GRABURN, N. *et al.* **Antropologia e Turismo, discussões contemporâneas**. Campinas: Papyrus, 2009.
- GRONAU, R. Leisure, Home Production, and Work-the Theory of the Allocation of Time Revisited. **The Journal of Political Economy**, [s.l.], v. 85, n. 6, p. 1.099-1.123, 1977.
- GRÜNEWALD, R. **Os Índios do Descobrimento: Tradição e Turismo**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2001.
- GRÜNEWALD, R. Tourism and Cultural Revival. **Annals of Tourism Research**, [s.l.], v. 29, n. 4, p. 1.004-1.021, 2002.
- GRÜNEWALD, R. Turismo e Etnicidade. **Horizontes Antropológicos**, [s.l.], v. 9, n. 20, p. 141-160, 2003.
- GRÜNEWALD, R. Turismo na Terra Indígena Pataxó de Coroa Vermelha: imperialismo e pós-colonialidade na região do Descobrimento do Brasil. **Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [s.l.], v. 13, n. 2, p. 411-424, 2015a.
- GRÜNEWALD, R. Turismo Pataxó: da renovação identitária à profissionalização das reservas. **Agália – Revista de Estudos na Cultura**, [s.l.], v. Especial Turismo em Terras Indígenas, p. 43-57, 2015b.
- HERNÁNDEZ RAMÍREZ, J. Producción de Singularidades y Mercado Global. El Estudio Antropológico del Turismo, **Boletín Antropológico**, [s.l.], v. 24, n. 66, p. 21-50, 2006.
- HERNÁNDEZ-RAMÍREZ, J. El turismo y la construcción de los paisajes urbanos. **Disparidades. Revista de Antropología**, [s.l.], v. 75, n. 1, p. e001d, 2020. DOI: <https://doi.org/10.3989/dra.2020.001d>.
- HERNÁNDEZ RAMÍREZ, J.; PEREZ, X. P.; PINTO, R. Panorama de la Antropología del Turismo desde el Sur. **Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [s.l.], v. 13, n. 2, p. 277-281, 2015.
- JAFARI, J. The Scientification of Tourism. In: SMITH, V.; BRENT, M. (org.). **Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century**. New York: Cognizant Communication, 2001. p. 28-41.
- JAFARI, J. El Turismo como Disciplina Científica. **Política y Sociedad**, [s.l.], v. 42, n. 1, p. 39-56, 2005.



- JAFARI, J. Modelos del turismo: los aspectos socioculturais. *In*: LAGUNAS, D. (coord.). **Antropología y Turismo: Claves Culturales y Disciplinarias**. México, D.C.: Plaza y Valdés, 2007. p. 47-71.
- JURDAO ARRONES, F. **Los mitos del turismo**. Madrid: Endymion, 1992.
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo: por uma compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2001.
- LAFARGUE, P. Um Dogma Desastroso. *In*: DE MASI, D. **A Economia do Ócio**. Rio de Janeiro: Sextante, 2001.
- LAGUNAS, D. (coord.). **Antropología y Turismo: Claves Culturales y Disciplinarias**. México, D.C.: Plaza y Valdés, 2007.
- LEAH BURNS, G. Anthropology and Tourism: Past Contributions and Future Theoretical Challenges. **Anthropological Forum**, [s.l.], v. 14, n. 1, p. 5-22, 2004.
- LOPES, A.; TINÔCO, D.; DE SOUZA, L. Avaliação de Políticas Públicas de Turismo: uma análise bibliométrica dos periódicos de turismo. **Revista Turismo em Análise**, [s.l.], v. 22, n. 3, p. 614-631, 2011.
- MACCANNELL, D. Staged authenticity: Arrangement of social space in tourist setting. **American Journal of Sociology**, [s.l.], v. 79, p. 586-603, 1973.
- MACCANNELL, D. **The Tourist: a New theory of the leisure class**. Londres: Macmillanm 1976.
- MAGNANI, J. G. A Antropologia urbana e os desafios da metrópole. **Tempo Social**, [s.l.], v. 15, n. 1, p. 81-95, 2003.
- MANTECÓN, A. **La Experiencia del Turismo: un estudio sociológico sobre el proceso turístico-residencial**. Barcelona: Editorial Icaria, 2008.
- MATHIESON, A.; WALL, G. **Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales**. México: Trillas, 1990.
- MILANO, C. Otherness Anthropologies: Toward Ibero-American Anthropologies of Tourism. **American Anthropologist**, [s.l.], v. 119, n. 4, p. 736-739, 2017.
- MILANO, C. Overtourism, malestar social y turismofobia: Un debate controvertido. **Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [s.l.], v. 16, n. 3, p. 551-564, 2018.
- MUNSTERS, W.; MARJAN, M. (ed.). **Anthropology as a Driver for Tourism Research**. Antwer: Garant Publisher, 2015.
- NASH, D. **Anthropology of Tourism**. Pergamon: New York, 1996.
- NASH, D. El Turismo Considerado como una forma de Imperialismo. *In*: SMITH, V. (org.). **Anfitriones e Invitados: La Antropología del Turismo**. Madrid: Endymion, 1989. p. 217-256.
- NETTO, A.; CALCIOLARI, G. Quantos são os livros teóricos de turismo publicados no Brasil?: uma análise da produção bibliográfica nacional (1990-2010). **Revista Turismo em Análise**, [s.l.], v. 21, n. 3, p. 668-686, 2010.
- NOGUÉS PEDREGAL, A. M. Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo. **Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [s.l.], v. 7, n. 1, p. 43-56, 2009. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2009.07.004>.
- NOGUÉS PEDREGAL, A. M. El turismo como contexto. **Disparidades. Revista de Antropología**, [s.l.], v. 75, n. 1, p. e001c, 2020. DOI: <https://doi.org/10.3989/dra.2020.001c>.
- NÚÑEZ, T. Tourism, Tradition, Acculturation: Weekendismo in a Mexican Village. **Ethnology**, [s.l.], v. 2, n. 3, p. 347-352, 1963.



- OEA – ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS. Apoio às atividades da OEA em matéria de turismo. Departamento de Direito Internacional. **Resoluções da Assembleia Geral de 7 de junho de 1996**. AG/RES. 1426 (XXVI-O/96). [1996]. Disponível em: <http://www.oas.org/juridico/spanish/ag-res96/Res-1426.htm>. Acesso em: 15 maio 2020.
- PASCUAL FERNANDEZ, J. Littoral Fishermen, Aquaculture, and Tourism in the Canary Islands: attitudes and economic strategies. *In*: BOISSEVAIN, J.; SELWYN, T. (org.). **Contesting the Foreshore: Tourism, Society and Politics on the Coast**. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2004. p. 61-82.
- PEIRANO, M. A Antropologia como Ciência Social no Brasil. **Etnográfica**, [s.l.], v. 4, n. 2, p. 219-232, 2000.
- PERALTA, E. O Mar Por Tradição: O Patrimônio e a Construção das Imagens do Turismo. **Horizontes Antropológicos**, [s.l.], v. 9, n. 20, p. 83-96, 2003.
- PEREIRO, X. **Turismo Cultural: uma Visão Antropológica**. Tenerife: PASOS, RTPC, 2009.
- PEREIRO, X. Anthropological research on the impacts of indigenous tourism. *In*: MUNSTERS, W.; MARJAN, M. (ed.). **Anthropology as a Driver for Tourism Research**. Antwer: Garant Publisher, 2015a. p. 47-68.
- PEREIRO, X. Pelos trilhos do(s) turismo(s) indígena(s). **Agália – Revista de Estudos na Cultura**, [s.l.], número especial “Turismo em Terras Indígenas”, p. 9-34, 2015b.
- PEREIRO, X. A review of Indigenous tourism in Latin America: Reflections on an anthropological study of Guna Tourism (Panama). **Journal of Sustainable Tourism**, [s.l.], v. 24, n. 8-9, p. 1-18, 2016.
- PEREIRO, X. Antropología del turismo: ¿Para qué? ¿Y para quién? Crítica de la razón turística. **Disparidades – Revista de Antropología**, [s.l.], v. 75, n. 1, p. e001b, 2020. DOI: <https://doi.org/10.3989/dra.2020.001b>.
- PEREIRO, X.; FERNANDES, F. **Antropologia e Turismo: teorias, métodos e praxis**. Tenerife: PASOS, RTPC, 2018.
- PEREIRO PÉREZ, X.; SMITH INAWINAPI, C. **Los Impactos del Turismo en Kuna Yala (Panamá): Turismo y Cultura entre los Kuna de Panamá**. Madrid: Fitur/Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, 2007.
- PINA CABRAL, J. de. El canon y la condición humana: Retos de la Antropología actual. *In*: LISÓN TOLOSANA, C. (ed.), **Introducción a la antropología social y cultural: Teoría, método y práctica**. Madrid: Akal, 2007. p. 569-589.
- PINTO, R. **Turismo e Identidade: a gestão da Baianidade e a Produção de Tradições**. Caxias do Sul: Educs, 2006.
- PINTO, R. Um silêncio ensurdecedor: o turismo como um objeto ausente na Antropologia brasileira. **Adra – Revista dos socios e socias do Museo do Pobo Galego**, [s.l.], v. 5, p. 153-172, 2010.
- PINTO, R. Rito, cambio cultural y la naturaleza cíclica del turismo. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, [s.l.], v. 20, n. 5, p. 1.144-1.153, 2011.
- PINTO, R. Tourism, trade and cocoa: politics and tourist space in Ilhéus, Brazil. *In*: VALENÇA, M.; CRAVIDÃO, F.; FERNANDES, J. (org.). **Urban Developments in Brazil and Portugal**. New York: Nova Science Publishers, 2012a. p. 353-369.
- PINTO, R. A formação das imagens no turismo: itinerário teórico e proposta de um modelo operacional. **Revista Turismo em Análise**, [s.l.], v. 23, n. 3, p. 552-574, 2012b.

- PINTO, R. O turismo na tradição antropológica brasileira. **Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [s.l.], v. 13, n. 2, p. 295-303, 2015.
- PINTO, R. Esporos do Novo Mundo: “Gabriela, Cravo e Canela” em Portugal e a visão edênica do Brasil. In: ESCALLIER, C.; BIGET, D. **Controverses et appropriations des espaces et des territoires**: approche ethnographique. Lisbonne; Brest: Universidade da Madeira; Université de Bretagne Occidentale, 2019. p. 245-255.
- PINTO, R.; PEREIRO, X. Turismo e Antropologia: contribuições para um debate plural. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, [s.l.], v. 13/14, n. 1, p. 447-454, 2010.
- PINTO-COELHO, Z.; PINTO, R. Discourses and images of cultural tourism. **Lusophone Journal of Cultural Studies**, [s.l.], v. 5, n. 2, p. 23-36, 2018.
- PIRES, E. **O Baile do Turismo**: Turismo e Propaganda no Estado Novo. Casal de Cambra: Caleidoscópio, 2003.
- PISCITELLI, A. Tropical sex in a European country: Brazilian women’s migration to Italy in the frame of international sex tourism. **Revista Estudos Feministas**, [s.l.], v. 15, n. 3, p. 717-744, 2007.
- REJOWSKI, M. Realidade versus necessidades da pesquisa turística no Brasil. **Revista Turismo em Análise**, [s.l.], v. 9, n. 1, p. 82-91, 1998.
- REJOWSKI, M. Produção Científica em Turismo: análise de estudos referenciais no exterior e no Brasil. **Revista Turismo em Análise**, [s.l.], v. 21, n. 2, p. 224-246, 2010.
- REJOWSKI, M.; ALDRIGUI, M. Periódicos científicos em turismo no Brasil: dos boletins técnico-informativos às revistas científicas eletrônicas. **Revista Turismo em Análise**, [s.l.], v. 18, n. 2, p. 245-268, 2013.
- RIAL, C.; GODIO, M. (org.). **Pesca e Turismo**: Etnografias da Globalização no Litoral do Atlântico Sul. Florianópolis: NUPPE/CFH/UFSC, 2006.
- RODRIGUES, L. Elites empresariais e a configuração dos espaços Turísticos na Ilha de Cozumel, México. **Ideias**, [s.l.], v. 5, p. 89-119, 2014.
- RODRIGUES, L. Turismo em espaços urbanos: processos de turistificação no Nordeste brasileiro e no Caribe Mexicano. **Revista Iberoamericana de Turismo**, [s.l.], v. 5, p. 81-104, 2015.
- RODRIGUES, L.; ARAUJO, A. Pesca artesanal e projetos de desenvolvimento em Bitupitá, Ceará: os direitos das populações costeiras frente aos interesses empresariais e estatais. **Vivência**, [s.l.], v. 1, p. 13-32, 2016.
- SALAZAR, N. La antropología del turismo se hace mayor: ¿Más que un matrimonio de conveniencia? **Disparidades – Revista de Antropología**, [s.l.], v. 75, n. 1, p. e001e, 2020. DOI: <https://doi.org/10.3989/dra.2020.001e>.
- SALGUEIRO, V. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. **Revista Brasileira de Historia**, [s.l.], v. 22, n. 4, p. 289-310, 2002.
- SANTANA TALAVERA, A. Turismo, Empleo y Dependencia Económica: Las Estrategias de las Unidades Domésticas en las Poblaciones Pesqueras (Gran Canaria). **Eres**, [s.l.], v. 2, 25-38, 1990.
- SANTANA TALAVERA, A. **¿Nuevas hordas, viejas culturas? La antropología y el turismo**. Barcelona: Ariel, 1997.
- SANTANA TALAVERA, A. **Antropologia do Turismo**: Analogias, Encontros e Relações. São Paulo: Aleph, 2009.
- SANTANA TALAVERA, A. Turismo, Incursiones Interdisciplinares desde la Antropología Social. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, [s.l.], Edición Especial “25º Aniversario”, p. 83-99, 2015.

- SANTANA TALAVERA, A. Turismo, un objeto de estudio para la antropología social. **Disparidades – Revista de Antropología**, [s.l.], v. 75, n. 1, p. e001a, 2020. DOI: <https://doi.org/10.3989/dra.2020.001a>.
- SANTANA TALAVERA, A.; PASCUAL FERNANDEZ, J. J. Pesca y Turismo: conflictos, sinergias y usos múltiples en Canarias. **Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico**, [s.l.], PH 4, p. 86-97, 2003.
- SANTANA TALAVERA, A.; PINTO, R. Tourism in the consumer society: Anthropologic subsidies to the static subsystem figuration. **Journal of Hospitality and Tourism**, [s.l.], v. 6, p. 87-110, 2008.
- SANTANA TALAVERA, A.; PINTO, R. Bordes y límites del modelo de Ciclo de Vida del producto turístico: Reflexiones desde el terreno de investigación. **Aportes y Transferencias/Tiempo Libre: Turismo y Recreación**, [s.l.], v. 14, n. 1, p. 119-135, 2010.
- SAVOLDI, A. A Reconstrução da Italianidade no Sul do Estado de Santa Catarina. *In*: BANDUCCI JR., A.; BARRETTO, M. (org.). **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Campinas: Papyrus, 2001. p. 89-116.
- SELWYN, T. (ed.). **The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism**. Chichester: John Wiley & Sons, 1996.
- SHARPLEY, R.; TELFER, D. J. (ed.). **Tourism and development: concepts and issues**. Clevedon: Chanel View Publications, 2002.
- SIMONICCA, A. **Antropologia del turismo: strategie di ricerca e contesti etnografici**. Roma: Carocci, 2001.
- SIMONICCA, A. Conflicto(s) e Interpretación: Problemas de la Antropología del Turismo en las Sociedades Complexas. *In*: LAGUNAS, D. (coord.). **Antropología y Turismo: Claves Culturales y Disciplinarias**. México, D.C.: Plaza y Valdés, 2007. p. 27-46.
- SMITH, V. (org.). **Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1977.
- SMITH, V. (org.) **Anfitriones e Invitados: La Antropología del Turismo**. Madrid: Endymion, 1992.
- SMITH, V.; BRENT, M. (ed.). **Hosts and guests revisited: tourism issues of the 21st century**. New York: Cognizant Communication, 2001.
- SMITH, V.; EADINGTON, W. (org.). **Tourism Alternatives: potentials and problems in the development of tourism**. Chichester: John Wiley & Sons, 1994.
- STEIL, C. O turismo como objeto de estudos no campo das ciências sociais. *In*: RIEDL, M.; ALMEIDA, J.; VIANA, A. (org.). **Turismo Rural: tendências e sustentabilidade**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2002. p. 51-80.
- STEIL, C. Romeiros e turistas no santuário de Bom Jesus da Lapa. **Horizontes Antropológicos**, [s.l.], v. 9, n. 20, p. 249-261, 2003.
- SWAIN, M. Anthropology. *In*: JAFARI, J. (org.). **Encyclopedia of Tourism**. London: Routledge, 2000. p. 23-26.
- THOMPSON, E. P. Time, work-discipline and industrial capitalism. **Past & Present**, [s.l.], v. 38, n. 1, p. 56-97, 1967.
- TRIBE, J. The indiscipline of Tourism. **Annals of Tourism Research**, [s.l.], v. 24, p. 638-657, 1997.
- TRIBE, J. Knowing about Tourism: Epistemological Issues. *In*: PHILMORE, J.; GOODSON, L. (org.). **Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies**. New York: Routledge, 2004. p. 46-62.

URBAIN, J. D. **El Idiota que Viaja**. Madrid: Endymion, 1993.

URRY, J. **O Olhar do Turista**: Lazer e Viagens nas Sociedades Contemporâneas. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 1999.

VELASCO GONZÁLEZ, M. ¿Existe la Política Turística? La Acción Pública en Materia de Turismo en España (1951-2004). **Política y Sociedad**, [s.l.], v. 42, n. 1, p. 169-195, 2005.

WALTON, J. The demand for working-class seaside holidays in Victorian England. **Economic History Review**, [s.l.], v. 34, p. 191-209, 1981.

YAMASHITA, S. **Bali and Beyond**: Explorations in the Anthropology of Tourism. New York; Oxford: Berghahn Books, 2003.

### **Roque Pinto**

Professor Titular do Departamento de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Santa Cruz. Doctor Europaeus em Antropologia pela Universidad de La Laguna. Atualmente desenvolve trabalhos em cooperação com investigadores brasileiros e estrangeiros relacionados às temáticas de Turismo; Consumo; Território e Poder; Políticas Públicas.

Endereço profissional: Universidade Estadual de Santa Cruz, Departamento de Filosofia e Ciências Humanas, Campus Soane Nazaré de Andrade, Rod. Jorge Amado, Km 16, Salobrinho, Ilhéus, BA. CEP: 45662-900.

*E-mail*: roquepintosantos@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5347-0901>

### **Como referenciar este artigo:**

PINTO, Roque. Luzes e Sombras: notas para um balanço crítico da antropologia do turismo. **Ilha – Revista de Antropologia**, Florianópolis, v. 23, n. 3, p. 84-107, setembro de 2021.