

Antropologia, sociologia e estudos do Turismo: contribuições para um diálogo interdisciplinar

Anthropology, sociology, and Tourism studies: contributions to an interdisciplinary dialogue

Rafael José dos Santos¹

RESUMO: Discute-se o papel da Sociologia e da Antropologia no campo dos estudos do Turismo, considerando que esse campo caracteriza-se por dois tipos de demandas distintas e, muitas vezes, conflituosas: de um lado, a exigência de explicação, compreensão ou interpretação dos fenômenos turísticos e, de outro, a demanda oriunda da organização dos mercados, o que leva à idéia de uma sociologia e uma antropologia aplicadas. Esse dilema aponta para similaridades entre os estudos turísticos e o campo dos estudos em Comunicação, possibilitando uma análise comparativa, visando estabelecer os limites e as possibilidades de um efetivo diálogo interdisciplinar.

¹ Antropólogo, doutor em Ciências Sociais, professor e pesquisador de Mestrado Acadêmico em Turismo da Universidade de Caxias do Sul – UCS.

PALAVRAS-CHAVE: antropologia; sociologia; turismo; comunicação; diálogo interdisciplinar.

ABSTRACT: The role of Sociology and Anthropology in the field of Tourism Studies is discussed, considering that this field is characterized by two types of different and sometimes conflicting demands: In one hand, the demand of explanation, understanding or interpretation of tourist phenomena and, on the other hand, the demand arising from the organization of the markets, which leads to the idea of an applied Sociology and Anthropology. This dilemma points out to similarities among Tourism and Communication studies, making possible a comparative analysis, seeking to establish the limits and the possibilities of an effective interdisciplinary dialogue.

KEY WORDS: anthropology; sociology; tourism; communication; interdisciplinary dialogue.

Introdução

Procurar aplicações não deve ser nem o objeto de uma ciência nem a meta de uma ciência: seria falsear esta.

(MARCEL MAUSS, 1981, p. 79)

As demandas sociais estão sempre acompanhadas de pressões, de injunções ou de seduções, e o maior serviço que se pode prestar à sociologia é, talvez, não lhe pedir nada.

(PIERRE BOURDIEU, 1988, p. 27)

As idéias apontadas neste artigo nascem de uma indagação acerca da posição e do papel das Ciências Sociais, Sociologia e Antropologia, no campo polissêmico e polifônico dos estudos sobre o Turismo. Polissêmico, uma vez que os sentidos do Turismo são diversos, e muitas vezes conflituosos. Polifônico, também, pois a convergência de diferentes falas, enunciadas a partir de referenciais distintos, conduz, não raro, menos a um diálogo interdisciplinar do que a uma acirrada disputa pelo monopólio de uma fala legítima, na qual encontramos práticas, demandas e discursos sociais de naturezas bastante distintas: das políticas públicas às gestões empresariais privadas, dos grandes órgãos internacionais e nacionais (como

WTO² e EMBRATUR³) às associações corporativas (como a ABBTUR⁴), das técnicas do *marketing* e da publicidade aos “estudos de impactos” socioculturais ou ambientais. Polissemia e polifonia que podem obscurecer, muitas vezes, um conjunto de relações de forças empenhadas na tentativa de hegemonia, ou, em outros termos, de imposição de definições legítimas acerca do Turismo e das práticas turísticas, cujos desdobramentos podem ser verificados, por exemplo, nas salas de aula dos cursos de pós-graduação, onde ingressam estudantes de formações diversas, e na própria produção acadêmica dos programas de mestrado e doutorado.

O pressuposto aqui é o de que o estabelecimento de um diálogo interdisciplinar sobre os processos socioculturais relacionados às viagens, ao lazer ou à hospitalidade exige a explicitação da singularidade de cada disciplina e de cada campo do saber: só há diálogo, isto é, uma relação dialógica, diante de condições em que os interlocutores reconhecem um ao outro em uma relação de alteridade.

Não menos importante, o diálogo interdisciplinar supõe também o conhecimento da diversidade no interior de cada ciência. No caso das Ciências Sociais, via de regra, tanto a Sociologia como a Antropologia são convocadas ao diálogo como se fossem disciplinas isentas de cisões teórico-metodológicas internas, o que não corresponde à história de seus percursos desde o século que as criou, o XIX. Assim, é impossível haver “uma” Antropologia e “uma” Sociologia inseridas nos estudos sobre o Turismo quando tradições tão diferentes — como a Antropologia Cultural norte-americana, inspirada por Franz Boas, e a Escola Francesa de Sociologia, nascida a partir de Émile Durkheim e Marcel Mauss — já constituem diferentes tradições de pensamento social.

Um dos aspectos do problema do *locus* das Ciências Sociais no campo dos estudos sobre Turismo diz respeito à idéia de *aplicabilidade*, tanto do conhecimento sociológico como do antropológico, no tocante às demandas do planejamento pragmático de ações públicas ou privadas. Como se procura demonstrar na primeira parte deste artigo, tal questão já podia ser encontrada nos primórdios do pensa-

² World Tourism Organization

³ Instituto Brasileiro de Turismo

⁴ Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo

mento social. Da mesma forma, a institucionalização de um campo marcado pela concorrência de diferentes interesses e “conhecimentos” não é exclusividade do Turismo: ela ocorre também na esfera da Comunicação Social, e a similaridade entre esses campos já constitui uma pista para a reflexão. Esse é o tema da segunda parte deste trabalho.

Certamente, ao fim da leitura, verificar-se-á a existência de mais lacunas do que respostas quanto à relação entre Ciências Sociais e Turismo. Espera-se, contudo, que os apontamentos esboçados aqui possam desdobrar-se e tomar a densidade que o tema merece.

1 – Problemas sociais e problemas sociológicos: a questão da “aplicabilidade” e o dilema da dupla demanda

Ao lançar as bases do programa da revista *Arquivo para a Ciência Social e a Política Social*, em 1904, Max Weber buscou estabelecer — assim como Durkheim havia feito à sua maneira, em 1895 — a natureza dos fenômenos que constituiriam o objeto da Sociologia:

A nossa revista, tal como a ciência econômico-social a partir de Marx e Roscher, não se ocupa apenas dos fenômenos “econômicos”, mas também dos “economicamente relevantes” e “economicamente condicionados”. Naturalmente, o âmbito desses objetos — que varia conforme a orientação do nosso interesse em cada caso — abrange a totalidade dos eventos culturais.

(WEBER, 1989, p. 81)

A Sociologia de Weber nascia, portanto, erigindo como objetos os problemas sociais e culturais mediados de alguma maneira pela Economia. Há que se ressaltar aqui duas observações relevantes. Em primeiro lugar, tratava-se de uma *Ciência Social (Sozialwissenschaft)*, uma vez que a dimensão econômica servia para estabelecer o significado social dos fenômenos ou, em termos weberianos, o sentido orientador das ações sociais em jogo (WEBER, 1989, p. 80). Em segundo lugar, mas não menos importante, os problemas sociais não eram entendidos no sentido comum do termo, ou seja, como questões suscitadas pela realidade imediata, mas consti-

tuíam uma ordem de fenômenos culturais, como aqueles compreendidos pela relação entre ética protestante e capitalismo (WEBER, 1983) ou pela emergência histórica da moderna burocracia (GERTH; MILLS, 1946). Tratava-se, portanto, de problemas sociológicos no sentido de uma problematização científica, isto é, em ruptura com o senso comum, ou com aquilo que Bourdieu (1983, p. 389) denominaria mais tarde de “evidências da sociologia espontânea”, para a qual, além dos instrumentos e técnicas de pesquisa, impõe-se a mobilização de “métodos específicos de construção e de análise”.

A distinção entre problemas sociais e sociológicos nos leva à questão do sentido e dos fins da ação social do próprio cientista, cujo papel torna-se o de procurar a explicação, a compreensão ou a interpretação dos fenômenos, vale dizer, buscar a solução dos problemas sociológicos, e não a elaboração de proposições normativas de ações visando à solução de problemas sociais, papel este que cabe ao homem de ação:

Trata-se da distinção muito enfática que ele (Weber) propõe entre a postura correta do cientista, para quem só é lícito reconstruir os fatos considerados significativos e analisá-los conforme as exigências universais do método científico e a do homem de ação voltado para as questões práticas, que deve tomar decisões impulsionadas por interesses que entrarão em choque com interesses alheios e que têm por fundamento último certos valores que igualmente colidem com outros. Enfim, o domínio das questões relativas ao **ser** é radicalmente diverso daquele do **dever ser**.

(COHN, 1989, p. 19-20, grifo no original)

A questão da proposição de fins à ação prática é central para a discussão das relações entre Ciências Sociais e Turismo, razão pela qual voltaremos a ela mais adiante. Por enquanto, é importante sublinhar que a postura de Weber diz respeito aos limites do escopo da ciência, e em particular das Ciências Sociais. De acordo com Cohn (1989, p. 20), a distinção entre os domínios da ação prática e da compreensão científica “não é feita para desacreditar os imperativos para a ação em nome de algum ascetismo científico, mas precisamente para preservá-los de considerações que lhes são alheias e que não captam o seu real alcance”.

A questão da aplicabilidade do conhecimento produzido pelas Ciências Sociais não se confunde, portanto, com a aplicação de técnicas das Ciências Sociais visando à produção de determinados “conhecimentos”, gerados por demandas empresariais ou administrativas. Esse foi um dos cerne da polêmica entre Theodor Adorno e Paul Lazarsfeld, nos anos 1940, após uma tentativa malsucedida de trabalho em conjunto, quando os membros da Escola de Frankfurt procuraram estabelecer-se na *Columbia University*, de Nova York, por intermédio de um vínculo entre o *Bureau of Applied Social Research*, coordenado por Lazarsfeld, e o Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt (*Institut für Sozialforschung*), que se havia instalado nos Estados Unidos em função do exílio imposto pelo nazismo (JAY, 1974, p. 360). Paul Lazarsfeld, sociólogo com fortes inclinações empíricas, acreditava na possibilidade de integração entre a pesquisa administrativa e a Teoria Crítica. Entretanto, como aponta Ortiz (2002, p. 42):

Sua concepção do trabalho intelectual era bastante instrumentalizada, seu instituto de pesquisa era híbrido, vinculando-se simultaneamente à universidade e à empresa privada. Seu interesse pela pesquisa aplicada colocava-o numa posição diametralmente oposta à Escola (de Frankfurt).

Em um primeiro momento, a desavença entre Adorno e Lazarsfeld apontava para uma possível rejeição do primeiro em relação às técnicas quantitativas nas pesquisas sociais. Nas palavras de Adorno (apud JAY, 1974, p. 364): “Quando me enfrentei com a exigência de ‘medir a cultura’, refleti que a cultura poderia ser precisamente essa condição que exclui uma mentalidade capaz de medi-la”. Entretanto, não se tratava de um simples purismo científico, mas de uma postura que se fundamentava na concepção frankfurtiana acerca da instrumentalização da razão, sistematizada na obra de Adorno e Horkheimer (1985), segundo a qual a lógica da racionalidade capitalista invadia irremediavelmente todos os âmbitos da vida social; assim, a cultura tornava-se uma indústria (*kulturindustrie*) e a própria ciência transformava-se em instrumento de controle social.

O comprometimento com interesses alheios à tarefa compreensiva e interpretativa das Ciências Sociais assumiu uma feição diferente, mas não menos arris-

cada, na Antropologia, seja em sua tradição européia (Antropologia Social) ou norte-americana (Antropologia Cultural). Nesse âmbito, ressalta o vínculo entre a pesquisa antropológica e os interesses das metrópoles, apontado por historiadores da disciplina. Nas palavras de Kuper (1978, p. 121-122):

Desde os seus primeiros dias, a Antropologia britânica sempre gostou de se apresentar como uma ciência que poderia ser útil na administração colonial. As razões são óbvias. Os governos e interesses coloniais ofereciam as melhores perspectivas de apoio financeiro, sobretudo nas décadas anteriores ao reconhecimento da disciplina pelas universidades.

Mercier (1986, p. 207), referindo-se em especial às pesquisas da Antropologia Aplicada, afirma que: “O desejo de se tornarem úteis já é bastante antigo entre os antropólogos”. Tal “utilidade” ligava-se estreitamente à consultoria, ao fornecimento de informações e à formulação de recomendações aos órgãos de administração colonial, caracterizando um movimento que, ainda segundo Mercier (1986, p. 208), “faz passar do emprego de administradores especializados em antropologia para o emprego de antropólogos como consultores (...)”. Esse é o espírito que anima o surgimento de numerosos centros de pesquisas nas primeiras décadas do século XX, como o *Institut International Africain*, em 1928, o *Rhodes-Livingstone Institute*, em 1938 e, ainda no período anterior à Segunda Guerra Mundial, o *Australian National Research Council* e, nos Estados Unidos, o *Bureau of Indian Affairs*. No período pós-guerra foram criados o *Colonial Social Science Research Council*, na Grã-Bretanha, o *Office de la Recherche Scientifique et Technique Outre-mer* e o *Conseil Supérieur des Recherches Sociologiques Outre-mer*, na França. Quanto às atividades destes três últimos:

As investigações que eles organizam estão quase todas ligadas às questões de desenvolvimento econômico e social elaboradas pelas metrópoles coloniais a partir de 1945, **para prevenir as crises que ameaçam os imperialismos tradicionais.**

(MERCIER, 1986, p. 208-209, grifo nosso)

Muitas vezes, o estabelecimento de programas de pesquisa é determinado menos pelas demandas do conhecimento compreensivo do que pela necessidade

de subsistência dos pesquisadores, o que constitui uma característica crucial — freqüentemente obliterada — do problema da aplicabilidade. Não é irrelevante assinalar, portanto, que muitos institutos de antropologia aplicada serviram (e servem) à própria manutenção dos pesquisadores, assim como é impossível pensar algumas das experiências de pesquisa dos frankfurtianos, durante o exílio nos Estados Unidos, sem considerar os constrangimentos financeiros que direcionaram algumas iniciativas do *Institut für Sozialforschung*. De qualquer maneira, os imperativos da aplicabilidade acabavam por trazer, para o interior das Ciências Sociais, demandas alheias à vocação de explicação, compreensão ou interpretação.

Em um texto publicado em 1946, Evans-Pritchard abordou esse dilema, saindo em defesa da antropologia aplicada, ou seja, daquelas situações nas quais o pesquisador propunha-se a “se fazer advogado de uma política ou de ajudar a formular uma medida administrativa à luz do conhecimento antropológico atual”, criticando apenas o risco de que, nessa situação, “um antropólogo deixe a sua filosofia pessoal influir nas suas observações, nas suas deduções, e impor-lhe os seus problemas no domínio da sua própria ciência” (apud MERCIER, 1986, p. 211). Em termos um tanto simplistas, portanto, tratava-se para o antropólogo inglês apenas de uma questão de controle da subjetividade.

Entretanto, as idéias de *defesa de uma política* e da formulação de uma *medida administrativa* nos remetem de volta às observações de Weber acerca das demandas específicas ao campo científico, que distinguem o cientista social do *homem de ação*. Se, por um lado, a relação da antropologia — em particular a sua vertente britânica — com demandas exógenas não impediu uma importante herança de estudos de campo, de outro lado dificultou seu desenvolvimento teórico, além de contribuir, e muito, para que ela se consolidasse como uma disciplina pouco *reflexiva*, no sentido que Bourdieu (2000, p. 17-58) atribui ao termo, ou seja, uma ciência que possa produzir o conhecimento de seu objeto ao mesmo tempo em que considera cientificamente as próprias condições sociais de produção desse conhecimento. O exemplo mais incisivo é, sem dúvida, o pouco tratamento dado ao contexto colonial nos estudos britânicos, como lembra Kuper (1978): “Foram poucos os que

estudaram colonos e administradores, por exemplo, e isso privou seus trabalhos de uma dimensão vital da realidade”. Além disso:

(...) os antropólogos sociais foram impedidos de descartar as adesões radicalistas e evolucionistas do seu passado pré-funcionalista. Os funcionalistas não achavam realmente que o seu objeto de estudo envolvesse um tipo especial de pessoa, o “primitivo” ou “selvagem” — ou, pelo menos, figuras eminentes como Radcliffe-Brown rejeitaram essa idéia. Mas acabaram caindo na aceitação de que a especialidade deles era o súdito colonial e permitiram que este fosse identificado com o antigo “primitivo” ou “selvagem” dos evolucionistas.

(KUPER, 1978, p. 143)

A etnologia francesa parece ter padecido menos — embora não tenha ficado imune — aos imperativos práticos, devido a sua origem dentro de um paradigma intelectualista, com fortes inclinações teóricas, ao contrário das orientações empíricas da antropologia anglo-saxã. Na tradição francesa, Sociologia e Antropologia confundem-se em sua gênese, uma vez que as bases para ambas se encontram em Émile Durkheim e seus colaboradores do *L'Année Sociologique*, dentre os quais destaca-se seu sobrinho, Marcel Mauss. Este recebe tributos de antropólogos de diferentes orientações, como o norte-americano Robert Lowie e, não menos relevante, Claude Lévi-Strauss (MERCIER, 1986, p. 115-116). Em sua *Introdução à obra de Marcel Mauss*, que inaugura uma coletânea de textos entre os quais se inclui o clássico “Essai sur le Don” (Ensaio sobre a Dádiva), Lévi-Strauss (apud MAUSS, 1974, p. 21) escreve:

(...) pela primeira vez na história do pensamento etnológico foi feito um esforço para transcender a observação empírica e alcançar realidades mais profundas. Pela primeira vez, o social deixa de extrair-se do domínio da qualidade pura — anedota, curiosidade, matéria de descrição moralizante ou de comparação erudita — e torna-se um sistema, entre cujas partes podemos pois descobrir conexões, equivalências e solidariedades.

A orientação intelectual da Escola Francesa de Sociologia, lembrando sempre que a expressão abrange também a Antropologia, nasce, portanto, fundamentada por ambições teóricas que dão sentido específico ao trabalho de investigação empírica, com particular ênfase nos estudos sobre os sistemas de representações e

classificações sociais (LAPLANTINE, 1994, p. 100). Importante sublinhar que as indagações voltavam-se prioritariamente para a construção e a solução de problemas teóricos, como o papel social da magia e das práticas de trocas. Quanto à aplicabilidade do conhecimento, o próprio Marcel Mauss (1981, p. 80) advertia, em um artigo originalmente publicado no *L'Année Sociologique*, em 1927, que “é preciso, pois, aplicar a ciência. Mas não se deve confundir tais aplicações com a própria ciência”. A advertência de Mauss dirigia-se em especial à política, esfera que naquele momento histórico colocava-se como área por excelência da aplicabilidade dos conhecimentos científicos da sociedade. É bastante ilustrativo também o fato de o autor, ao discutir essa questão, contrapor-se à tradição norte-americana, o que faz valer a pena a citação um pouco mais extensa:

Os sociólogos americanos têm costumeiramente o sentimento agudo de que os “civics”, os “politics”, o “social service”, o “social work”, em geral as “social forces” e os “ethics” são também seus e constituem seu domínio. Confundem-nos com a sociologia. Ao contrário, nós, aqui, em França e na *Anée sociologique*, não nos ocupamos intencionalmente da **política**. Temos para isso uma razão de princípio que Durkheim amiudamente indicou e precisou: aqueles que fazem esta confusão entre a ciência e a arte enganam-se tanto do ponto de vista da ciência como do ponto de vista da arte. Procurar aplicações não deve ser nem o objeto de uma ciência, nem a meta de uma ciência: seria falsear esta. E a arte não deve esperar pela ciência: esta não tem semelhante primado.

(MAUSS, 1981, p. 79, grifos no original)

Note-se aqui uma aproximação entre Mauss e Weber quanto à necessidade da autonomia das Ciências Sociais em relação aos seus objetivos, diversos daqueles das esferas da ação prática. A alusão aos *sociólogos americanos* indica também uma delimitação que tem por pano-de-fundo, em última instância, o embate entre o intelectualismo francês e o pragmatismo anglo-saxão. A questão, entretanto, é mais complexa: a rejeição de Mauss não diz respeito à aplicação das conquistas da reflexão sociológica por profissionais e órgãos empenhados em políticas sociais, mas, antes, à transmutação automática de questões sociais em problemas sociológicos. Um exemplo bastante explicativo pode ser retirado das dificuldades, mencionadas por Mercier (1986, p. 210), que os antropólogos, requisitados “para trabalhos

cujos resultados devem ser imediatamente utilizados na decisão e na ação”, encontram ao tentar “traduzir para o homem prático os resultados de seu inquérito”. Em tais situações:

É raro que uma investigação possa ser conduzida de fio a pavio como um diálogo. Mais frequentemente o antropólogo terá de dialogar consigo próprio, por um lado como homem de ciência e, por outro lado, como responsável pela formulação de recomendações. (MERCIER, 1986, p. 210-211)

Não creio que seja necessário insistir mais nesse problema, que gostaria de denominar de *dilema da dupla demanda*, isto é, nas conseqüências da adoção, pelas Ciências Sociais, de objetivos e problemas pertinentes à esfera da ação prática. Entretanto, é imperativo assinalar que essa ambigüidade, na qual encontramos-nos muitos de nós em diversas ocasiões, tem suas raízes em algo muito mais profundo que simples dificuldades de comunicação ou, nas palavras de Bourdieu (1983, p. 32), “a dificuldade de transmissão dos produtos da pesquisa sociológica tem muito menos a ver do que se pensa com a dificuldade da linguagem”. Do ponto de vista da recepção do discurso sociológico, ainda conforme Bourdieu, a principal dificuldade diz respeito à confusão entre, de um lado, a explicação — ao que acrescentaria a compreensão e a interpretação — e, de outro, a normatividade:

(...) a principal fonte do mal-entendido reside no fato de que geralmente nunca se fala do mundo social para dizer o que ele é, mas sim para dizer o que ele deveria ser. O discurso sobre o mundo social é quase sempre um discurso que formula performances a serem atingidas: encerra desejos, exortações, reprovações, ordens etc. Conseqüentemente, o discurso do sociólogo, se bem que se esforce em apenas constatar, tem todas as chances de ser recebido como um discurso que formula performances a serem atingidas.

(BOURDIEU, 1983, p. 32-33)

À guisa de ilustração, é em um sentido semelhante que caminha a crítica de Prado (2003) em seu estudo sobre o Turismo na Ilha Grande, quando a autora refere-se aos discursos que enunciam recomendações ou “propostas generalizantes” referentes ao que seria, por exemplo, um “desenvolvimento turístico **ideal**” (2003, p. 222, grifo nosso), ou, nos termos de Bourdieu, formulariam *performances a*

serem atingidas, desconhecendo as dinâmicas culturais locais e, por conseguinte, sendo fadadas ao fracasso.

Na concepção de Bourdieu, a ruptura com as posturas normativas tem fundamentos mais profundos. Tributário reconhecido tanto da Escola Francesa de Sociologia como do pensamento weberiano, o autor sustenta um fazer sociológico que, não apenas rompe com as categorias da realidade imediata, buscando suas determinações estruturantes e estruturadas, mas que expressa tal ruptura na sua própria linguagem:

(...) as Ciências Sociais devem conquistar tudo o que dizem contra as idéias recebidas que são veiculadas pela linguagem comum e devem dizer o que conquistaram numa linguagem que está predisposta a dizer algo inteiramente novo. Romper com os automatismos verbais não significa criar artificialmente uma diferença distinta que cria um distanciamento em relação ao leigo: é romper com a filosofia social inscrita no discurso espontâneo. Trocar uma palavra por outra é freqüentemente operar uma mudança epistemológica decisiva (o que de resto pode passar despercebido).

(BOURDIEU, 1983, p. 30)

Tal *discurso espontâneo* não se reduz, para o autor, àquilo que denominamos genericamente por senso comum, ou melhor, o senso comum não é entendido por Bourdieu (1984) apenas como a linguagem não-científica: ele diz respeito a quaisquer exteriorizações de agentes envolvidos na diversidade de práticas sociais, desde a elaboração racional de políticas de planejamentos até própria prática intelectual, também sujeita à crítica sociológica, como o autor levou a efeito em seu trabalho *Homo Academicus*. Tal postura se baseia no pressuposto de que as práticas sociais naturalizam-se, isto é, seus agentes perdem de vista suas condições de produção e reprodução, que precisam ser intransigentemente desveladas à luz da ciência. No que diz respeito ao que viemos discutindo até aqui, ou seja, a finalidade das Ciências Sociais para fins práticos — a *dupla demanda* — acaba transformando-se em um empecilho epistemológico, na medida em que obriga o cientista a adotar como suas noções e princípios que deveriam estar sob o crivo de sua própria reflexão.

O problema torna-se ainda mais crucial quando se trata da adoção de noções que, consagradas em meios acadêmicos, acabam por assumir ares de legitimidade científica. Em um artigo publicado, juntamente com Loïc Wacquant, essa questão é trazida à tona sob uma perspectiva política:

Esses **lugares comuns** no sentido aristotélico de noções ou de teses **com as quais** se argumenta, mas **sobre as quais** não se argumenta ou, por outras palavras, esses pressupostos da discussão que permanecem indiscutidos, devem uma parte de sua força de convicção ao fato de que, circulando de colóquios universitários para livros de sucesso, de revistas semi-eruditas para relatórios de especialistas, de balanços de comissões para capas de magazines, estão presentes por toda parte ao mesmo tempo (...) e são sustentados e intermediados de uma forma poderosa por esses espaços pretensamente neutros como são os organismos internacionais (tais como a OCDE ou a Comissão Européia) e os centros de estudos e assessoria para políticas públicas (tal como o Adam Smith Institute e a Fondation Saint-Simon).

(BOURDIEU, 2003, p. 17-18, grifos no original)

O crivo do autor percorre desde *as teorias de aparência sistemática*, entre as quais Bourdieu inclui a globalização, até os *termos isolados com aparência técnica*, como *flexibilidade e empregabilidade* (idem, p. 19). Para muito além de armadilhas metodológicas, portanto, as Ciências Sociais correm o risco de se tornarem legitimadoras das forças de convicções políticas subjacentes a expressões aparentemente técnicas, como aconteceu a antropologias britânicas em relação aos primitivos e selvagens. Uma série de outras noções semelhantes poderia ser relacionada aqui, apenas a título de ilustração, ou mesmo à guisa de provocação: *empreendedorismo, responsabilidade social, sustentabilidade, geração de emprego e renda e, last but not the least, inclusão social*.

Coloca-se como imperativo, portanto, uma reflexão sobre as relações entre as Ciências Sociais — em particular a Sociologia e a Antropologia — e aqueles conjuntos de práticas definidos oficialmente como Ciências Sociais Aplicadas, cujos objetivos visam à formulação, implantação e acompanhamento de procedimentos práticos, muitos dos quais imediatos, sejam por meio de políticas públicas, de diretrizes para a iniciativa privada ou mesmo para as chamadas organizações não-governamentais.

Neste ponto os cientistas sociais cindem-se significativamente. De um lado, aqueles que defendem a instrumentalização dos métodos e técnicas da Sociologia e da Antropologia, visando a subsidiar as diferentes práticas — do *marketing*, da administração de empresas ou dos planejamentos em geral, entre tantas; de outro lado, aqueles que preferem colocar tais práticas sob a ótica compreensiva das Ciências Sociais, privilegiando-se, assim, objetos como o consumo, a indústria cultural, a racionalidade das organizações capitalistas ou os complexos fatos sociais e culturais decorrentes das viagens e do advento do tempo livre e do lazer na sociedade capitalista.

2 – Ciências sociais, turismo e o problema da dinâmica invertida

A ausência de reflexão acerca da polarização aqui apontada gera diversos mal-entendidos no caso do Turismo, como podemos depreender das observações de Nash (1996, p. 12-13) sobre a relação dos antropólogos com o Turismo no tocante à dimensão empresarial deste: “pode-se apenas lamentar este fato e esperar que esta lacuna entre o interesse antropológico e a prática seja superada no futuro”. E, mais adiante, o autor acrescenta:

Porque tem havido tão pouco diálogo entre os antropólogos e o que poderia ser chamado de indústria do Turismo ou da viagem não é completamente claro. Estão os antropólogos, com sua aversão às práticas de negócios do *establishment*, desligados deste tipo de coisa? Irão seus patrocinadores e colegas, nas várias torres de marfim nas quais a maioria trabalha, desdenhar deles por entrar no mundo dos negócios? São as pessoas de negócios, que utilizam freqüentemente pesquisas de marketing, de visão tão estreita e pequena que o tipo de quadro oferecido pelo antropólogo, que é mais amplo e maior, é de pouca utilidade para elas?

(NASH, 1996, p. 13-14, grifo não traduzido)

Note-se, em primeiro lugar, uma confusão quanto ao entendimento da palavra *prática*, colocada pelo autor em oposição aos interesses dos antropólogos. A identificação do Turismo como negócio com a *prática* obscurece a distinção fundamental entre, de um lado, a prática do cientista social relacionada aos ofícios da Sociologia e da Antropologia e, de outro, o pragmatismo empresarial cuja lógica fundamenta-se em um campo de natureza distinta daquele da ciência.

A recusa de uma ciência social reflexiva, seja em participar do *business* turístico, seja em tomar para si os pressupostos igualmente pragmáticos do planejamento público, reside em sua necessidade de autonomia para a construção de problemáticas pertinentes aos questionamentos sociológicos ou antropológicos, o que supõe uma ruptura com categorias da experiência imediata, expressa inclusive pelos agentes sociais — empresários, planejadores, “marqueteiros”, ativistas, entre tantos — envolvidos nos processos e fatos turísticos.

Aqui reside uma questão crucial relativa ao papel e à posição das Ciências Sociais no campo genericamente denominado de pesquisas turísticas ou estudos turísticos. À primeira vista, pelo Turismo tratar-se de um complexo heterogêneo de fenômenos densos e multifacetados, os estudos nessa área temática apresentam algumas tendências que Rejowski (1998, p. 21) associa aos conceitos de “pluridisciplinaridade ou multidisciplinaridade, interdisciplinaridade e transdisciplinaridade”. No primeiro caso, cada disciplina ou ciência constrói sua própria problemática, aplica seus métodos de pesquisa e, finalmente, analisa seus resultados a partir de seus próprios quadros teóricos. No segundo caso, a partir da formulação de uma problemática comum, diferentes ciências abordariam as várias facetas de um fenômeno, buscando-se uma compreensão totalizante do mesmo. Finalmente, a transdisciplinaridade

(...) envolveria um grupo de especialistas do mais alto nível, trabalhando em conjunto com elevado espírito de equipe interdisciplinar, sem impor suas próprias idéias. Seria o estado ideal para o desenvolvimento de estudos e pesquisas em uma área interdisciplinar como o Turismo.

(REJOWSKI, 1998, p. 21)

Todas as três tendências fundamentam-se na diversidade de dimensões dos fenômenos turísticos e, portanto, justificariam a concorrência das contribuições da Economia, da Sociologia, da Psicologia, da Geografia e da Antropologia, além da História, da Arqueologia, das Letras e da Ciência Política (REJOWSKI, 1998, p. 18-20). Em relação à natureza multidimensional dos fenômenos turísticos, é interessante lembrar Marcel Mauss, que ao início de seu “Ensaio sobre a Dádiva” introduz a idéia de *fenômenos sociais totais*, isto é, fatos sociais nos quais:

(...) exprimem-se, ao mesmo tempo e de uma só vez, toda espécie de instituições: religiosas, jurídicas e morais — estas políticas e familiares, ao mesmo tempo; econômicas — supondo formas particulares de produção e consumo, ou antes, de prestação e de distribuição, sem contar os fenômenos estéticos nos quais desembocam tais fatos e os fenômenos morfológicos que manifestam essas instituições.

(MAUSS, 1974, p. 41)

Um dos grandes méritos de Mauss foi o de constatar que dificilmente um fato social deixa de remeter às mais diversas instâncias da vida em sociedade. Quero com isso afirmar que a possibilidade do Turismo — e de tudo que se encontra reunido sob esse nome — constituir-se em objeto de investigações por várias áreas do conhecimento, reside em sua qualificação básica de fenômeno social total. O mesmo ocorre, sem dúvida, com os fenômenos da Comunicação Social, entre tantas áreas do saber humano. Existe ainda uma outra dimensão do Turismo, apontada com muita propriedade por Urry (1996, p. 17), que transcende o próprio objeto possibilitando a compreensão de aspectos da vida social aparentemente alheios às viagens e ao lazer:

Assim, em vez de constituir um tema banal, o Turismo é significativo em sua capacidade de revelar aspectos de práticas normais, que, caso contrário, poderiam permanecer opacas. Revelar o funcionamento do mundo social requer freqüentemente o emprego de metodologias contra-indutivas e surpreendentes, tal como é, neste caso, a investigação do “distanciamento”, presente no olhar do turista.

As investigações sócio-antropológicas sobre o Turismo, esse fato social total, nos permitem ir além dele, apreendendo aspectos importantes da sociedade e da cultura onde ele ocorre. Penso, por exemplo, no quanto o estudo das práticas de veranistas em uma localidade litorânea pode nos revelar acerca dos *habitus* de classe, padrões de consumo e de sociabilidade, modos de relacionamento com o meio ambiente físico e cultural, enfim, a uma constelação de práticas que não dizem respeito apenas ao contexto turístico *strictu sensu*, mas que tornam esse contexto uma oportunidade heurística bastante rica para a compreensão de fatos sociais mais abrangentes.

Essa densidade dos fenômenos turísticos requer, sem dúvida, os esforços teóricos, metodológicos e analíticos de diversos ramos do pensamento. A dificuldade coloca-se, entretanto, quando os estudos turísticos passam a envolver áreas que Rejowski denomina de *profissionalizantes*, entre as quais encontram-se a Administração e o Marketing. Em outras palavras, quando os esforços interpretativos da Geografia, da Economia, da Sociologia ou da Antropologia devem *dialogar* com conjuntos de técnicas instrumentais que, na verdade, são partes constitutivas dos fenômenos a serem estudados. Como pode ser estabelecido, por exemplo, o diálogo entre uma Sociologia reflexiva da cultura, que busca entre outras coisas compreender criticamente como se molda o *olhar do turista*, e aquelas tendências da Comunicação Social, que mediante “propaganda e outros conjuntos de signos gerados pela mídia” (URRY, 1996, p. 30) empenha-se pragmaticamente na construção desse olhar?

No Brasil, esse tipo de dilema se deve, em boa medida, ao modo de institucionalização histórica dos estudos turísticos, em um contexto no qual articulam-se pesquisa e ensino. As similaridades com o campo da Comunicação Social são, neste caso, bastante ilustrativas e, certamente, não são fortuitas. Entre a segunda metade da década de 1960 e no decorrer dos anos 1970, assiste-se no país à multiplicação de cursos em nível superior na área da Comunicação, inicialmente com o surgimento da Escola de Comunicação e Artes da USP, em 1966, da Fundação Armando Álvares Penteado, em 1967, e do curso de Comunicação da UFRJ, em 1968. Em 1976, o Brasil contava com aproximadamente 53 cursos, dentre os quais 11 eram oferecidos por universidades públicas (ORTIZ, 1988; MARTENSEN, 1990).

Foi também nos anos 1970 que surgiram os cursos de graduação em Turismo, entre os quais se incluem o da pioneira Universidade Anhembi Morumbi, da Ibero-Americana de Letras e Ciências Humanas, em 1973, o da USP — vinculado institucionalmente à Escola de Comunicações e Artes — no mesmo ano, e o da PUC-Campinas em 1974 (REJOWSKI, 1998) e o da PUC-RS, em 1972. Essa convergência temporal relaciona-se ao contexto mais amplo de consolidação de práticas culturais ligadas ao mercado ampliado de bens simbólicos no país (ORTIZ,

1986 e 1988), o que pode ser exemplificado pelo surgimento na segunda metade dos anos 1960 do *Guia Quatro Rodas* e da rede de hotéis com o mesmo nome, *pari passu* com a segmentação do mercado editorial de revistas no país (MIRA, 2001, p. 65), ou ainda pela criação da Embratel, em 1965, e da Embratur, em 1966, tendo em vista a tentativa do estado autoritário de então em organizar em moldes sistêmicos as diversas áreas da cultura (ORTIZ, 1986, p. 82-87).

O surgimento de práticas culturais ligadas ao consumo de bens simbólicos leva à necessidade de organização dos mercados, tanto da indústria cultural como do Turismo. A formação de quadros para esse novo mercado abre novas possibilidades em nível universitário, em um contexto no qual soma-se a demanda crescente das camadas médias urbanas pela ascensão social por intermédio do ensino superior. Nos anos seguintes, tais mudanças estruturais iriam desdobrar-se nos níveis da pós-graduação e da pesquisa, o que engendraria um fenômeno no mínimo curioso: as abordagens sistemáticas das Ciências Sociais acerca da Comunicação e do Turismo emergiriam dos espaços de ensino e pesquisa destas áreas e não dos espaços já institucionalizados da Sociologia e da Antropologia. Ortiz (1988, p. 14), ao tratar da questão das reflexões sobre a cultura de massa no Brasil, lembra que “é praticamente na década de 1970 que surgem os primeiros escritos que tratam dos meios de comunicação de massa, fruto, sobretudo do desenvolvimento das faculdades de comunicação”. Essa circunstância teria gerado também “análises fragmentadas, muitas vezes de pouca profundidade, e que ressentem da ausência de uma reflexão teórica mais aprofundada sobre o tema”.

No tocante ao Turismo, a demora das Ciências Sociais brasileiras em constituí-lo como objeto legítimo de estudo permitiu a mesma ausência de aprofundamento teórico que Ortiz identifica no caso dos estudos da Cultura de Massa, dado o caráter instrumental da apropriação da Sociologia e da Antropologia pelos *estudos turísticos*. Apenas nos anos 1990 a reflexão antropológica acerca do Turismo passa a ganhar corpo e, principalmente, constituir-se a partir de problemáticas propriamente etnológicas, como aquelas relacionadas à etnicidade, às construções de representações coletivas ou às articulações entre Turismo e imaginário, entre outras (BARRETO; BANDUCCI JR., 2001; *Horizontes antropológicos*, 2003).

Do ponto de vista da constituição de um corpo teórico e crítico de natureza interdisciplinar, a similaridade entre Comunicação e Turismo mostra-se mais uma vez ilustrativa. No campo da Comunicação, como já apontou França (2001, p. 47), o “protagonismo da prática com relação ao desenvolvimento acadêmico da temática” constituiu o que a autora denomina de *dinâmica invertida*: enquanto nas Ciências Sociais o recorte do objeto — a sociedade ou a cultura — ocorre a partir da realidade social como totalidade, no caso da Comunicação:

(...) foi o desenvolvimento das práticas, a invenção dos novos meios de comunicação que motivaram os estudos e suscitaram a reflexão. O próprio espaço acadêmico foi inaugurado ou estimulado por um investimento de ordem pragmática: cursos profissionalizantes na área de comunicação — o de jornalismo, sobretudo — antecederam a criação das teorias, que vieram quase a reboque, complementando a formação técnica e abrindo-a para sua dimensão humanista e social.

(FRANÇA, 2001, p. 48)

O campo acadêmico da Comunicação nasce, portanto, sob as exigências de uma demanda operacional, o que explica sua pouca reflexividade dada a “orientação pragmática de muitas pesquisas empreendidas” (FRANÇA, 2001, p. 48). A mesma precedência da prática acontece quando o Turismo chega à academia e, tal como no caso da Comunicação, uma parte significativa da produção intelectual a seu respeito será orientada para (e pelo) mercado.

Finalmente, uma outra similaridade entre os estudos do Turismo e da Comunicação pode ser depreendida a partir da já clássica divisão efetuada por Jafari em relação aos primeiros, que se dividiriam entre as análises reunidas sob uma *plataforma de defesa*, caracterizada por um irrestrito otimismo diante das possibilidades econômicas do Turismo; aquelas incluídas na *plataforma de advertência*, marcadas pela crítica aos efeitos socioculturais e ambientais do Turismo de massa; a *plataforma de adaptação*, que busca a proposição de conciliações por meio de práticas alternativas; e, finalmente, a *plataforma de conhecimento*, esta última apresentada como uma tentativa de apreensão compreensiva dos fenômenos turísticos, buscando, nas palavras de Banducci Jr. (2001, p. 26-30), “desenvolver uma análise mais ampla do Turismo, capaz de revelar sua natureza e seu significado no con-

texto da sociedade ocidental moderna e das comunidades pré-industriais em que ocorre”.

No terreno da Comunicação, um esquema bastante similar é aquele de Eco (1987), que efetua um mapeamento das posições acerca da cultura de massa em dois pólos: em um deles, cujo paradigma maior encontra-se nas análises dos frankfurtianos, vigoraria a visão *apocalíptica*; em outro, um grande otimismo perante a Comunicação, entendida como efetiva possibilidade de democratização cultural, encontra-se a perspectiva *integrada*. Como saída para os impasses teóricos e metodológicos impostos pelas armadilhas do pensamento dicotômico, o autor propõe uma abordagem que possibilite:

Fornecer elementos de discussão para um debate sobre a cultura de massa que leve em conta seus meios expressivos, o modo pelo qual são usados, o modo com que são fruídos, o contexto cultural em que se inserem, o pano de fundo político ou social que lhes dá caráter e função.

(ECO, 1987, p. 67)

Os esforços de uma interpretação compreensiva do Turismo — assim como dos fenômenos da comunicação de massa — devem ter como pressuposto, portanto, as mediações, ressignificações, enfim, os diversos jogos de sentido que constituem esse âmbito da vida que denominamos de cultura. Como demonstra Canclini (1983), ao estudar as produções das culturas populares no México, a conversão das manifestações indígenas em mercadoria e espetáculo turísticos não pode ser analisada nem sob a ótica de uma solução romântica — o popular identificado a um estado de pureza —, tampouco sob a ótica do mercado. Trata-se, antes, de interpretar o contexto nos termos de um conjunto de disputas pela hegemonia a partir das reelaborações de sentidos ou, em última análise, “propor uma interpretação dos conflitos interculturais no capitalismo” (CANCLINI, 1983, p. 13).

Entretanto, mais que a superação do pensamento dicotômico, interessa notar que tanto no Turismo como na Comunicação articulam-se, em diferentes momentos, perspectivas bipolares que procuram avaliar os custos ou benefícios sociais tangíveis ou intangíveis de atividades que pertencem, ao fim das contas, à esfera

de indústrias de organização da cultura (e não existe nessa constatação nenhum juízo de valor). Em suas instâncias de ensino e pesquisa convergem, portanto, conhecimentos e técnicas de natureza bastante distintas, promovendo a convivência do pensamento compreensivo e do pragmatismo técnico, com prejuízo do primeiro. No que tange às Ciências Sociais, é mister reconhecer os limites impostos por essa convergência, não em nome de alguma suposta torre de marfim — o que, aliás, nada tem a ver com a prática etnográfica — nem tampouco como negligência gratuita à interdisciplinaridade, desde que esta se constitua em um diálogo com ciências também de natureza compreensivas ou interpretativas, mas como exigência teórica e metodológica de uma ciência que não pode incluir os imperativos pragmáticos do *marketing*, das gestões públicas e privadas, ou da publicidade entre seus pressupostos de pesquisa.

Acrescente-se a isso o fato da relação entre o pragmatismo administrativo e as orientações de pesquisa encontrarem-se atravessadas pela oposição entre os paradigmas do pensamento intelectualista da Europa continental e o empirismo anglo-saxão, encontrados nas Ciências Sociais, e que têm seus fundamentos nos antecedentes filosóficos que criaram as bases das ciências em ambas as tradições. Nos estudos turísticos, Rejovvski (1998, p. 26-27) observa, haveria uma “clara diferença entre os institutos universitários europeus e norte-americanos: os primeiros orientam-se para a pesquisa teórica voltada a aspectos sociais e econômicos do Turismo, ao passo que os segundos, para a formação da “indústria hoteleira e turística”.

Talvez, pelo menos no tocante às relações entre Antropologia e Turismo, possa ser levantada uma dúvida quanto à divisão entre Estados Unidos e Europa, uma vez que o recorte parece antes ser aquele historicamente constituído entre, de um lado, o empirismo anglo-saxão, que se estende às produções britânica, australiana e neozelandeza e, por outro lado, o intelectualismo hegemônico no pensamento francês. No tocante a um esforço de reflexão sócio-antropológica do Turismo, é fundamental ter em mente o ponto de partida de Bourdieu (1983, p. 38), que procura “superar as oposições, epistemologicamente fictícias, mas socialmente reais, entre os ‘teóricos’ e os ‘empiristas’ ou, ainda, dentre estes últimos, entre os partidários da indagação estatística e os que defendem a observação etnográfica”.

O empirismo não se confunde aqui com a instrumentalização do conhecimento das Ciências Sociais, embora historicamente ele tenha se mostrado mais suscetível de apropriação pelas pesquisas administrativas. De qualquer maneira, a perspectiva aberta por Bourdieu (1983, p. 38), que se desdobrou em numerosos estudos do autor e do grupo reunido em torno das *Actes de La Recherche en Sciences Sociales* — com suas ênfases em temas ligados à economia das práticas simbólicas inscritas em fatos sociais como a literatura, o imaginário popular, a frequência a museus, moda, gosto, religião, entre tantos outros — comprovam suas amplas possibilidades para uma abordagem dos fatos turísticos. Mas é necessário, antes, o esforço de “construir os problemas sociológicos em oposição aos ‘problemas sociais’, do ‘senso comum’ e do jornalismo ou da política”. Em outros termos, entender os fatos turísticos como fatos sociais totais, construindo a partir de (ou, talvez, contra) suas aparências imediatas uma ordem de problemas sociológicos e antropológicos significativos.

Considerações finais

Em um campo polissêmico como o dos estudos turísticos, o distanciamento do cientista social em relação às práticas e às categorias reificadas e naturalizadas na experiência imediata tornam-se condição — e não empecilho — para a compreensão dos fenômenos estudados. Encontra-se em jogo neste campo uma série de problemas — sociais, ecológicos, administrativos, mercadológicos — que não podem ser transpostos de modo automático à reflexão das Ciências Sociais, sob o risco de elas tornarem-se instrumentalizadas, submetidas a imperativos que não são os seus. Isso nada tem a ver com a suposta aversão, bastante difundida no senso comum — inclusive no próprio senso comum acadêmico —, dos cientistas sociais diante das questões práticas. Procurei mostrar aqui que, antes de se tratar de uma aversão, a relação de ruptura das Ciências Sociais com a prática imediata é uma exigência epistemológica fundamental relacionada a uma determinada concepção sobre a natureza do conhecimento sociológico e antropológico.

A intenção, portanto, não é a geração de um mal-estar entre *teóricos* e *empíricos*, ou entre profissionais da área e estudiosos de áreas afins, nem tampouco a de afastamento da Sociologia e da Antropologia dos esforços multidisciplinares. Trata-se justamente do estabelecimento das bases de um verdadeiro diálogo intelectual, o que tem como pressuposto uma definição clara dos limites e das possibilidades de cada corpo de conhecimento.

Referências

- ADORNO, Theodor W. ; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.
- BANDUCCI JR., Álvaro ; BARRETTO, Margarita. *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas: Papirus, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. *Homo academicus*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1984.
- _____. *Sociologia*. Organização e introdução de Renato Ortiz. São Paulo: Ática, 1983. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, 39).
- _____. *Escritos de educação*. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.
- _____. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- _____. *Lições da aula*. São Paulo: Ática, 1988.
- _____. *O poder simbólico*. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- CANCLINI, Néstor García. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- COHN, Gabriel (Org. e introd.). *Weber*. 3. ed. São Paulo: Ática, 1989. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, 13).
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da comunicação: a comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C. ; FRANÇA, V. V. (Org.). *Teorias da comunicação*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 39-60.
- GERTH, H. H.; MILLS, W. *From Max Weber: Essays in Sociology*. New York: Oxford University Press, 1946.

Horizontes antropológicos. *Antropologia e turismo*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, IFCH, da UFRGS, Porto Alegre, ano 9, n. 19, 2003.

JAY, Martin. *La Imaginación Dialéctica: Una historia de la Escuela de Frankfurt*. Madrid: Taurus, 1974.

KUPER, Adam. *Antropólogos e antropologia*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1978.

LAPLANTINE, F. *Aprender antropologia*. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

LECLERC, Gérard. *Crítica da antropologia*. Lisboa: Editorial Estampa, 1977.

MARTENSEN, Rodolfo Lima. O ensino da propaganda no Brasil. In: CASTELO BRANCO, Renato; MARTENSEN, Rodolfo Lima ; REIS, Fernando. (Org.). *História da propaganda no Brasil*. São Paulo: T. A. Queiróz, 1990.

MAUSS, Marcel. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: v.1, E.P.U/Edusp, 1974.

_____. *Ensaio de sociologia*. São Paulo: Perspectiva, 1981.

MERCIER, Paul. *História da antropologia*. Lisboa: Teorema, 1986.

MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001.

NASH, Dennison. *Anthropology of Tourism*. Nova York: Pergamon, 1996.

ORTIZ, Renato. *Ciências sociais e trabalho intelectual*. São Paulo: Olho D'água, 2002.

_____. *Cultura brasileira e identidade nacional*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.

_____. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PRADO, Rosane Manhães. As espécies exóticas somos nós: reflexões a propósito do ecoturismo na Ilha Grande. *Antropologia e turismo*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, IFCH, da UFRGS, Porto Alegre, ano 9, n. 19, p. 205-224, 2003.

REJOWSKI, Mirian. *Turismo e pesquisa científica*. 2. ed. Campinas: Papyrus, 1998.

URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel/Sesc, 1996.

WEBER, Max. *Economia e sociedade*. Brasília: v. 1, Ed. Universidade de Brasília, 1991.

_____. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. 3. ed. São Paulo: Livraria Pioneira, 1983.