

DIÁLOGOS POSSÍVEIS ENTRE A ANTROPOLOGIA, SOCIOLOGIA E O TURISMO

Patrícia Dantas de Lima¹

Resumo

O presente artigo discute a importância da inter, multi e transdisciplinaridade para os estudos, pesquisas e produções na área do turismo, uma vez que existe uma dinâmica intrínseca e orgânica relação entre diversas áreas do conhecimento que se ocupam de estudar os dinâmicos e complexos fenômenos relativos à matéria, em especial história, a antropologia e a sociologia. Assim, busca-se o entendimento de tais relações para que se possa vislumbrar o processo do Turismo como um todo integrado no universo sócio-histórico-antropológico.

Palavras-chave: diálogos, turismo, áreas do conhecimento.

¹ Pós-Graduada lato sensu em Turismo de Base local – UFPB; Graduada em Turismo – UFPB; Graduada em História - UFPB. E-mail: path_dantas@yahoo.com.br .

1 Introdução

No desenvolvimento de inúmeros estudos sobre o turismo, de cunho socioantropológico, destacam-se as preocupações inerentes à dicotomia presente nos espaços sociogeográficos em que se efetivam as atividades do setor: de um lado, as vantagens econômicas, de outro, os conflitos sociais.

Há um problema, portanto, de difícil solução, que faz parte das preocupações da antropologia, área do conhecimento com conceitos e teorias que podem fornecer o aporte necessário, para que, na prática, hajam ações adequadas para se estabelecer boas relações entre comunidades, raças, etnias, crenças e todo o aparato cultural dos povos envolvidos nas fenomenologias do turismo. Todavia, a questão sempre será melhor trabalhada se for foco de diálogos estabelecidos entre as diferentes áreas de conhecimento, como forma de enriquecer os estudos e pesquisas que investigam as fenomenologias socioculturais do turismo.

Assim, o presente estudo, emprega, como metodologia de pesquisa, a

leitura de fontes bibliográficas indicadas na disciplina Turismo e Cultura da pós lato sensu em Turismo de Base Local da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), cujos conteúdos permitem entendimentos e visões do turismo como área do conhecimento inter e multidisciplinar, segundo as contribuições da história, antropologia e sociologia, cujos conceitos, diretrizes teóricas e análises permitem se discutir os fenômenos turísticos diante de seus dinamismos e complexidades, tão relevantes para a compreensão de diferentes contextos das relações socioculturais e identitárias na contemporaneidade.

Logo, os textos utilizados, de relevantes autores, buscam esclarecer e evidenciar algumas particularidades do turismo, segundo o universo da cultura, sociologia, história e antropologia, diante do intuito de o artigo contar com percepções substanciais para se estabelecer conexões entre imaginário e simbologias, além de considerar as relações de poder nas sociedades, que perpassam por continuidades e rupturas em diferentes

momentos históricos e nos mais diversos segmentos sociais.

O artigo também considera os diálogos dos textos consultados sobre o planejamento, as políticas públicas, as formas de classificação, ordenamento e engajamento da sociedade como meios intercambiáveis para se estabelecer a harmonia necessária para se fazer do turismo uma atividade viável que promova não apenas o crescimento econômico, mas também garanta a sustentabilidade ecológica, a inclusão social e a preservação cultural das populações.

Santana (2009) destaca os efeitos na cultura do turismo, a geração de subordinações e, conseqüentemente, suas contradições, advindas do processo da dependência capitalista, exacerbada pelos movimentos decorrentes da globalização que trazem à tona questões relativas aos conceitos de pós-modernidade, o exotismo e o pluriculturalismo das populações, abrindo um instigante universo de pesquisas, passivo de diferentes interesses e análises da antropologia social.

2 O Turismo, a Antropologia e seus aspectos histórico- culturais

O turismo, como elemento heterogêneo e codificado pelos arranjos culturais dos lugares que se unificam e se hibridizam para as práticas do setor, age como um dispositivo unificador, com a função de transformar o mundo em uma aldeia global, de forma a criar nos indivíduos expectativas acerca de determinados lugares divulgados como destinos turísticos mistificados. Cria-se uma corrente de reconhecimento semiótico, que na visão antropológica de Santana (2009) se trata da imagem como algo culturalmente apreendida, em reproduções eivadas de simbologias e estereótipos que buscam a significação das normas e valores integrados nesse processo, inerente às transformações que rumam ao pós-moderno e “exibem muitos sinais de uma difusão mais ampla do que o mundo ocidental” conforme esclarece LUCAKS (2005, p. 34), facilitada por todo o aparato tecnológico dos meios comunicacionais, como o cinema, a televisão, a internet e as relações

instantâneas do mundo virtual, além do poder da tecnologia da informação e os valores atrelados aos seus códigos comportamentais, culturais, políticos, religiosos e sociais.

O elo que conecta a antropologia ao turismo passa pelo exercício multidisciplinar de sistematizar ambas as disciplinas no propósito de se compreender os processos de mudanças que atingem o ser social nos fenômenos decorrentes das atividades turísticas, as quais reúnem objetos essenciais de fundamentação antropológica, particularmente na linha social, como o gênero, folclore e o poder, ou seja, é o todo globalizante que constitui a unidade complexa em que se situa o indivíduo pertencente à população dos destinos turísticos.

No engajamento da antropologia nas percepções dos impactos e conflitos nos lugares receptores, o Congresso da American Anthropological Association em 1974, foi um marco para a melhoria da qualidade dos estudos antropológicos nas décadas seguintes (1970-80), tendo o turismo como objeto de estudo, problematizando-o e criticando suas

estruturas. A Escola dos Annales trouxe uma abordagem qualitativa para as questões relativas ao campo antropológico, o que acarretou fortes reações por parte da ala mais tradicional que se baseava na quantidade das informações estatísticas. Alguns historiadores entendiam que as categorias de análise eram aplicadas às pessoas reais e situações pertinentes e vividas, outros, discordavam e preferiam acreditar nos registros que estavam nos livros ou que eram derivados de pesquisas que remetiam às quantidades registradas nos aparatos burocráticos estatais.

Burke (2010) afirma que as reações ao tratamento da história geral ou cultural de forma quantitativa se derivaram de entendimentos de tal classificação ser meramente reducionista, sendo que haveria maior interesse para a análise dos temas além da classificação por números e dados. Porém, não só a corrente contrária, mas também os encabeçados pelos Annales reagiram de forma a criar correntes relativas às mudanças antropológicas, ao retorno à política e ao aspecto da narrativa, de forma a abordar a história dos eventos sob a ótica estrutural e socioeconômica,

fugindo do determinismo atrelado às narrativas dos acontecimentos políticos, ou seja, da visão macro para a micro.

As mudanças em relação à antropologia cultural e simbólica ocorrem, de início, com Lucien Febvre e Marc Bloch no seio das reações e análises do pensamento medieval e da cultura seiscentista, como explica Burke (2010), somando aos seus estudos leituras complementares, o que se convencionou chamar interdisciplinaridade.

Foi a busca dos historiadores por novos conceitos e a um campo de conhecimento mais amplo que perpassou por décadas, até que entre 1970-80, algumas áreas como a antropologia, história e etnologia trabalharam com sentidos e termos comuns que direcionavam a um casamento entre essas áreas e que podiam estruturar novos estudos em campos de saber que ainda eram incipientes ou não tinham relevância no campo científico.

Tratar de diálogos, comparações e significados em estudos do turismo exigem uma abertura e compreensão mais sólida desse campo do saber que abrange

aspectos tangíveis e intangíveis da cultura material e simbólica, que atuam no imaginário como processo de produção social, o que ganhou solidez e visibilidade com os estudos de Michel de Certeau e Pierre Bourdieu no campo da cultura na década de 1970.

Trazendo a questão para o plano da relevância socioantropológica, verifica-se que os estudos turísticos, segundo Barreto (2003), só começaram a ser abordados com importância científica há quatro décadas pelos cientistas sociais, não se isentando de resistências por parte da comunidade acadêmica, uma vez que o turismo não possuía consistência no campo da ciência como outras disciplinas merecedoras de crédito como a química, física, matemática, astronomia e biologia, quanto aos seus conceitos e teorias baseadas no empirismo.

Assim, alguns estudos da literatura sobre o turismo são dignos de serem mencionados para que se possa perceber a importância do turismo e a inter, multi e transdisciplinaridade com que se busca fundamentar tal campo de saber. Pesquisadores importantes abordaram em

diferentes ângulos as produções direcionadas ao turismo, a exemplo de Nash (1996); Burns (2002); Banducci Jr. (2002); Steil (2002).

Barreto (2003, p. 15) destaca as contribuições socioantropológicas para o planejamento do turismo e sua compreensão no campo dos saberes, segundo a compreensão de que a atividade se evidencia como um fenômeno de movimento de pessoas, mas também como uma engrenagem complexa, estrutural e conjuntural, atuando de forma sistêmica e conectiva.

Para Barreto, tais estudos voltados para o entendimento do turismo são imprescindíveis para compreender diferenciações que fogem do campo genérico do turista, como cita a obra *Sociologia do Turismo: para uma Nova Compreensão do Lazer e das Viagens* (KRIPPENDORF, 2001), livro utilizado nos estudos de turismo no Brasil, além das tipologias de Conhen (1979), em função dos comportamentos e motivações, nos campos socioeconômicos e psicológicos. Mas é Urry (2001) que, em estudos mais recentes, desenvolve uma considerável

produção e pesquisas sobre o turismo, preocupado em explicar as manifestações do comportamento e consumo, tanto do ponto de vista do turista como as atitudes das pessoas que não são turistas.

3 O Turismo e suas nuances sociais

É sabido que a relevância econômica dada ao turismo é alargada pelas expectativas de que a atividade proporciona o crescimento dos destinos, conforme procura se demonstrar nos estudos econômicos que tratam da indústria do turismo. O volume dos serviços prestados e equipamentos utilizados somam uma parcela considerável na receita dos lugares receptores. Diante dessas negociações, a Administração e o Marketing desempenham papéis de medidores das expectativas de projeções financeiras e hábitos de consumo, uma vez que as negociações passam por diversas etapas do planejamento.

Porém, os fatores relativos às motivações das pessoas que se deslocam

de um lugar para outro, a fim de experimentar novas experiências e conhecer a vida dos nativos, também devem ser levados em consideração, conforme as proposituras de Barreto (2003) que considera ser “imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo”.

Aspectos como autenticidade, identidade, cultura, patrimônio material e imaterial são preocupações correntes da literatura turística, que envolvem não só os lucros auferidos pela indústria turística e seus impactos negativos, de forma alienada que ficam restritos aos cofres privados, mas também ações positivas como a revitalização dos lugares e limpeza de rios e mares, até então impróprios para o consumo humano.

Por ora, as ciências sociais têm contribuído de forma bastante positiva para os estudos e planejamento do turismo, uma vez que é impossível ignorar as nuances culturais, o desenvolvimento histórico-social e as conceituações que optaram por diversificadas definições do turismo. Dessa forma, Santana (2009) elenca estudos

realizados por teóricos e estudiosos como Fuster, Glucksmann, Schwinck, Bormann, Morgenroth, dentre outros, como forma de se entender as relações e o fenômeno do turismo.

Ainda de acordo com tais conceituações, Cohen (apud SANTANA, 2009) mostra através dos estudos realizados na década de 1970 as aproximações teóricas, ideológicas e no âmbito da filosofia geral, em que seus autores divergiram nas definições e interesses, ao apresentarem o turismo como: hospitalidade, agente democratizador, moderna atividade de lazer, moderna variedade da peregrinação tradicional, expressão cultural, processo de aculturação, tipo de relação étnica, forma de colonialismo.

A partir da década de 1980 alguns pesquisadores como Molina (1991) e Beni (1993) buscaram outras conceituações que tratam o turismo como um sistema aberto, dinâmico e interdisciplinar. Contudo, as relações sociais, econômicas, ambientais e culturais são eixos relacionais no processo que trabalham em conjunto. Além disso, existem outros tipos de aproximações a

partir de ideias como “aproximação genética”, por Forster (1964) e “fenômeno”, por Molina (1991).

As tipologias fornecem uma gama de materiais substanciais para aprimorar as pesquisas e subsidiar os questionamentos provenientes da passagem do moderno para o pós-moderno. É esta análise que veremos a seguir no campo do turismo e suas relações.

4 Turismo x Pós-modernidade

Pensando o indivíduo como um ser social e as questões da pós-modernidade, CANCLINI (1998) faz um aparato da hibridização cultural das sociedades latino-americanas, como Argentina, México e Brasil, enfocando aspectos sociais, econômicos e culturais relacionados à modernização econômica X modernidade industrial e cultural, voltadas para as manifestações acerca do propósito direto da preservação da cultura material pelos grupos de interesse.

A questão do consumismo moderno é discutida como imutável, o que

contrasta com a visão contemporânea das ciências sociais, que tratam do aspecto mutável do consumo, bem como analisa as questões paralelas que vão das transformações sociais ao desenvolvimento econômico. Mas, o viés consumista do turismo ainda se encontra em constante mutação e complexidade para a literatura do turismo, valendo-se de interrogações e possíveis interpretações dentro dos diversos campos do conhecimento (inter, multi e transdisciplinar), a fim de se entender e buscar significados concretos acerca da periodicidade com que se demarcam determinados momentos históricos como pontos de partida fundamentais para determinados processos:

No final da Era Moderna, pela primeira vez em duzentos anos, mais e mais pessoas em mais e mais campos começam a questionar a idéia ainda presente, e já agora ultrapassada, de “Progresso” – uma idéia que, em sua forma atual, surgiu no começo da Era Moderna: um ideal e uma idéia que agora começaram a perder ao menos parte de seus atrativos. Em algum momento do último quarto do século XX, surgiu a palavra “pós-moderno”: mais um sintoma do sentimento incômodo (em vez de reconhecimento claro) de que estamos atravessando (ou melhor,

enfrentando) o fim de uma era. Por si só, o prefixo “pós” é revelador. (LUKÁCS, 2005, p. 42-43)

No contexto da concepção pós-moderna que, segundo Urry (2001) é decorrente de “certas mudanças que se deram nas sociedades ocidentais, nas duas ou três últimas décadas”, ou seja, através da inversão de valores e novas formas de estruturas e especializações de determinadas atividades, a cultura se destaca nas organizações das sociedades contemporâneas, pois, a dissolução das fronteiras e a importância atribuída às áreas como a comunicação de massa, influenciaram práticas socioculturais que já estavam formuladas, mas que, com as experiências contemporâneas das vivências ampliadas do turista, tornaram-se indissociáveis ao turismo.

Alguns conceitos são utilizados por Urry (2001) e Carvalho (2009) para articular o entendimento e a estruturação da ideia de pós-modernidade como a verticalidade, que não distingue os valores culturais, as fragmentações e as representações aglutinadoras identitárias, sejam intrínsecas ou extrínsecas às

sociedades, o que difere, diametralmente, na ideia de modernidade. Mas, outros conceitos operam nas distinções e geometrias antagônicas e complexas da pós-modernidade, a exemplo da ética e estética que Maffesoli (apud Carvalho 2009) explicita para esclarecer as categorias delicadas que operam no mundo contemporâneo e das ações do indivíduo em sociedade.

As identidades nos lugares turísticos se revelam como um conjunto alternativo de possibilidades e opções de sentimentos e sensações antagônicas vividos no seio da sociedade e que são compartilhadas no cotidiano, obtendo respaldo para estudos antropológicos. Tais relações, para Maffesoli (1996), estão diretamente relacionadas às práticas turísticas, uma vez que os comportamentos compartilhados são motivados por desejos de consumo que estão inseridos na necessidade de lazer e tempo livre e na compensação da oferta como mercadoria, dotada de valores, simbólicos ou reais, a partir das empresas e profissionais dos setores que atendem tais necessidades no contexto do turismo e lazer.

5 Considerações Finais

Ao traçar as relações entre antropologia, sociologia, cultura e turismo surge a necessidade de se mesclar e encadear conhecimentos que esmiúcem os significados da atividade turística e sua relação com os turistas, descortinando não só os elementos que levam ao desenvolvimento e crescimento dos destinos, mas problematizando os aspectos simbólicos e conotações que permeiam outros campos relacionados como economia, ecologia, política, arte, cultura e religião.

Esses elementos se tornam por demais problemáticos se entendidos apenas por compreensões empíricas, a fim de se encontrar explicações plausíveis que definam com uma certa clareza o que é o turismo, uma vez que as contribuições teóricas multidisciplinares são imprescindíveis para se entender e contextualizar os fenômenos de tal atividade.

Por isso, a definição do termo turismo envolve e se depara com conceituações advindas de outros campos do saber, ao propor modelos que SANTANA (2009, p. 34) admite ser de equação mais complexa do que em outras áreas das atividades humanas, a exemplo da agricultura e indústria.

A conquista do lazer pela classe trabalhadora, no percurso da história, é recente, pois data da segunda metade do século XIX, particularmente com o crescimento acelerado do turismo, acarretado pelas guerras, alargamento e enriquecimento das nações como Alemanha, Inglaterra, França, EUA e Canadá. Paralelamente, desencadeia-se novos meios de conquistar e pensar o espaço de forma a gerar expectativas e emoções no indivíduo, aparados pela tecnologia, rapidez em deslocamentos e praticidade dos pacotes turísticos, além do alargamento da acessibilidade aos meios de transporte, o que reforça o mito dos “lugares sem fronteiras”, processo típico do mundo globalizado e informatizado.

Além disso, as camadas médias e altas da sociedade capitalista atual agem

imperiosamente para a satisfação de suas necessidades de conhecer novas paisagens e se deleitar com as variáveis formas do turismo como o de aventura, o ecológico, o alternativo, o enogastronômico, dentre outros, não abrindo mão, porém, do conforto e comodidade oferecidos pelas agências, operadoras e redes de hotéis, que prestam seus serviços de forma padronizada, contribuindo assim para o alargamento do turismo de massa, uma vez que alguns destinos são frequentemente divulgados na mídia e possuem alto índice de procura nos períodos de maior rotatividade como alta estação, férias, festivais, mostras e produções relacionadas a determinadas épocas do ano.

Partindo de tais análises e esclarecimentos, propõe-se estudos aprofundados que possibilitem estabelecer relações entre variados campos de saber e o turismo, uma vez que trata-se de uma atividade dinâmica e orgânica em suas relações inter, multi e transpessoais, ou seja, existe a necessidade do conhecimento de peculiaridades inerentes à determinada área para que se possa chegar ao entendimento do processo turístico e suas

nuances sociais, antropológicas e históricas.

6 Referências Bibliográficas

BARRETO, Margarita. **O imprescindível aporte das Ciências Sociais para o planejamento e a compreensão do Turismo.** Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 9, n. 20, p. 15-29, outubro de 2003.

BURKE, Peter. **A Escola dos Annales (1929-1989): a revolução francesa da historiografia.** Tradução Nilo Odalia. – 2. ed. – São Paulo: Unesp, 2010.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade.** Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1997.

CARVALHO, André Luiz Piva de. **A Paraíba na mídia: caso de dupla identidade: construções da identidade paraibana no jornalismo especializado da política e do turismo.** Tese (Doutorado) – UFBA/Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, Salvador, 2009.

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. **A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas.** In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa.** São Paulo: Paz e Terra, 2002.



LUKÁCS, John. **O fim de uma era.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

SANTANA, Augustín. **Antropologia do Turismo: analogias, encontros e relações;** tradução Eleonora Frenkel Barreto. – São Paulo: Aleph, 2009.

URRY, John. **O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas.** São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001.