

# ANTROPOLOGIA E TURISMO: UMA VIAGEM NA OBRA DE AGUSTÍN SANTANA TALAVERA

Rosalma Diniz ARAÚJO<sup>1</sup>

Isabella Ludimilla Barbosa do NASCIMENTO<sup>2</sup>

Wilker Ricardo de Mendonça NÓBREGA<sup>3</sup>

**Resumo:** O turismo vem rompendo barreiras e preconceitos disciplinares em muitos países que o desenvolvem como uma atividade embrionária ou consolidada. As ciências sociais é uma dessas disciplinas que ao longo do tempo vêm se aproximando do objeto “turismo”, por meio do pensamento de teóricos nacionais e internacionais, que vão abrindo fronteiras no pensar e no agir para o desenvolvimento de uma atividade cujo efeitos e impactos são difíceis de mensurar, delimitar e equalizar. O Professor espanhol Agustín Santana Talavera e alguns de seus pares formam um conjunto de teóricos que pensam o turismo em uma perspectiva política, econômica, ambiental e sócio-cultural, prevalecendo o lugar do homem e suas práticas culturais moldadas e mudadas pelo turismo, mas não só por ele. Este trabalho, portanto, tem como objetivo expor reflexivamente os argumentos e teorias apresentados pelo professor-autor-consultor Augustín Santana, a partir da interpretação de suas principais obras, abrindo uma perspectiva de diálogo com outros autores a respeito do tema “antropologia e turismo”. Como procedimentos metodológicos utilizou-se a pesquisa bibliográfica, material e virtual, para realizar o levantamento das principais obras desse autor, a fim de realizar a análise proposta e embasar as discussões. Assim, percebe-se a contribuição de um antropólogo que se arrisca a estudar e intervir na arena turística sem pudor ou medo de rótulos, contribuindo para novas abordagens e pontos de vista sobre o papel do antropólogo no estudo, e intervenção, da prática turística.

**Palavras-chave:** Turismo; Antropologia; Autenticidade; Patrimônio; Agustín Santana Talavera.

## 1 INTRODUÇÃO

Por não configurar um objeto de estudo delimitado e consolidado, a análise da atividade turística é muitas vezes realizada a partir da perspectiva de outras ciências, como é o caso da antropologia, no qual se utiliza principalmente da interação entre turistas e moradores para basear suas pesquisas.

Inicialmente, houve certa resistência entre os antropólogos em estudar o turismo, pois os mesmos consideravam a atividade e os próprios turistas como não sendo matéria relevante. Quando o turismo passa a ter mais destaque, inicialmente de natureza

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Natal/RN, Brasil.

Professora do Departamento de Turismo e Hotelaria da UFPB, João Pessoa/PB. Lattes:

<http://lattes.cnpq.br/3467612420174401>. E-mail: rosa\_almadiniz@yahoo.com.br.

<sup>2</sup> Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Natal/RN, Brasil. Lattes:

<http://lattes.cnpq.br/3829999080550643>. E-mail: isabella\_ludimilla@hotmail.com.

<sup>3</sup> Doutor em ciências do desenvolvimento sócioambiental pelo NAEA/UFGA, Brasil. Professor e Coordenador do PPGTUR-UFRN, Natal/UFRN. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0025142529544906>. E-mail:

wilkernobrega@yahoo.com.br.

notadamente econômica, e influencia de forma direta as localidades e pessoas que viajam e também os anfitriões, os estudiosos passam a enxergá-lo de outra maneira, iniciando assim o processo de estudos antropológicos do turismo.

Um dos principais autores que abordam esta temática é o professor espanhol Agustín Santana Talavera, que atua como docente e consultor, buscando na práxis um olhar diferenciado sobre a análise do turismo frente aos estudos antropológicos.

O ensaio teórico em questão consiste em expor reflexivamente os argumentos e teorias apresentados pelo professor-autor-consultor, a partir de uma interpretação das suas principais obras e dialogando com outros autores que possam proporcionar uma discussão a respeito do tema abordado. Para tanto, foi realizado um levantamento da maioria das obras e publicações de Agustín Santana, priorizando as que têm maior relevância na sua carreira acadêmica, que possam embasar os temas de interesse da pesquisa.

## **2 O ENCONTRO DA ANTROPOLOGIA COM O TURISMO**

De forma sucinta, Santana (2009) demonstra que a antropologia é uma ciência que surgiu a partir da curiosidade em entender a maneira de ser e de se comportar do outro. Em uma definição mais complexa, Feldman-Bianco (2003, p. 19) coloca que “a antropologia combina o interesse em compreender o mundo com a preocupação em desvendar os códigos culturais e os interstícios sociais da vida cotidiana”, e que a pesquisa antropológica é relevante para “desvendar problemáticas sobre a produção da diferença cultural e desigualdades sociais, saberes e práticas tradicionais, patrimônio cultural e inclusão social e ainda desenvolvimento econômico e social”.

Aproximando a antropologia do turismo, o antropólogo Nelson Graburn (2009, p.9) faz em seu texto “Antropologia ou antropologias do turismo?” um detalhado histórico de estudos realizados a partir da década de 1960. Graburn integra o panteão dos pioneiros da antropologia do turismo e seu contato permanente com o Oriente também nos permite conhecer as investigações realizadas nos países asiáticos, material totalmente desconhecido em nossas bibliotecas.

O marco inicial dos estudos da antropologia do turismo, segundo Santana (2009, p.19) se dá em 1974, fruto do congresso organizado pela American Anthropological Association, na cidade do México, no qual doze antropólogos, entre eles Graburn, sob a regência de Valene L. Smith, de forma pioneira reuniram-se para discutir os impactos do turismo nas sociedades receptoras. Deste encontro nasceu o livro: *Hosts and guest: the anthropology of tourism* (1977), que legitimou o estudo do turismo como novo tópico disciplinar. De acordo com Banducci Jr. (2001, p. 32), a temática do turismo começa a despertar o interesse dos antropólogos brasileiros, sobretudo na década de 1990, quando aparecem os primeiros ensaios e dissertações preocupados em compreender o fenômeno turístico e suas manifestações no Brasil.

Margarita Barretto (2009, pp. 9-10) contribui com um histórico dos estudos de turismo baseado nas ciências sociais no Brasil, assim como do grupo “CulTuS”, que, em seus

oito anos de existência, foi amadurecendo relações e se consolidando nos congressos nacionais e internacionais.

Uma aproximação do estudo de antropólogos e cientistas sociais sobre o turismo, segundo Santana (2009, p. 152) conduz a um agrupamento de duas categorias: os dos “estudos que consideram o turismo um fator colateral; e os que consideram o turismo como objeto central”. Em sua obra, traduzida em livro, artigos e atuação como consultor, se percebe as influências e parcerias de diversos autores de várias partes do mundo. Para citar alguns, temos, no Brasil, Margarita Barreto e Mário Beni e, nos Estados Unidos, Valene L. Smith, Nelson Graburn, Dennison Nash e, Erik COHEN da Universidade de Jerusalém.

Banducci Jr. (2001, p.23) observa que na discussão do Turismo nas ciências sociais, a temática gira muito em torno de se o turismo é um pseudo-acontecimento ou evento autêntico. O autor também lista alguns autores e interesses no estudo do turismo como Boorstin (turismo como atividade comercial, manufaturada, inautêntica); Turner e Ash (enfazando o contato superficial com as culturas e visão estereotipada); MacCannell (e a busca pela autenticidade em outras culturas e o turista como “peregrino contemporâneo); Mckean (desejo de conhecer os outros e possibilidade de auto-conhecimento).

O professor Agustín Talavera Santana apresenta em sua obra uma pluralidade de temas, demonstrando a sua versatilidade teórica. Entre eles: a) Cultura: patrimônio, identidade, etnicidade, paisagem, socioecologia, turismo rural, ecologia, meio ambiente, sustentabilidade, impactos/efeitos, atitudes e motivações, transdisciplinaridade; b) Mercado: imagem, comunicação, inovação, competitividade, consumo, comoditização, produto e ciclo de vida, gestão, estratégia; c) Desenvolvimento e Sociedade: Desenvolvimento, desenvolvimento econômico, planejamento, populações pesqueiras, dependência, turismo e prostituição, crimes, turismo e vida marinha.

### **3 AGUSTÍN SANTANA – O OLHAR DA ANTROPOLOGIA SOBRE O TURISMO**

Agustín Santana Talavera é doutor em Antropologia Social, professor titular da Universidade de La Laguna (Tenerife), além de ser subdiretor do Instituto de Ciências Políticas e Sociais da mesma instituição. Atua nas linhas de pesquisa da Antropologia do Turismo e do Patrimônio Cultural, o que se pode perceber a partir de uma ampla produção e publicação de artigos para revistas e livros científicos, além de dois livros de autoria própria. É também fundador e editor da revista PASOS – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, periódico eletrônico internacional e de caráter multidisciplinar. Agustín leciona não somente na Universidade de La Laguna, mas também em vários programas de pós-graduação de diversas universidades, disciplinas como Patrimônio Cultural e Antropologia do Turismo. Além da sua atuação acadêmica, também tem uma grande contribuição na aplicação prática da antropologia, no qual tem realizado assessorias técnicas para instituições e empresas,

orientado pesquisas e ministrado cursos na área de turismo em diversos países da América do Sul e Central, bem como em países da Europa, como Espanha, França e Portugal<sup>4</sup>.

Sua principal área de atuação, principalmente como consultor, está concentrada na área das Ilhas Canárias, arquipélago espanhol no Oceano Atlântico, sobretudo na ilha de Fuerteventura e no Tenerife. Em vários artigos publicados pelo autor ele relata sobre os seus objetos de estudo nessas localidades e apresenta os resultados e as análises que são realizadas.

Referente a sua produção acadêmica, Agustín possui cerca de 57 publicações (Researchgate, 2015) tratando a respeito de temas variados, dentre eles: patrimônio cultural, antropologia aplicada, socioecologia, dentre outros. Além disso, ainda possui dois livros publicados: “Antropología y turismo: ¿Nuevas hordas, viejas culturas?” em 1997 e “Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações” em 2009. Suas produções corroboram com a análise do turismo na perspectiva antropológica.

Segundo o próprio Agustín Santana, em entrevista realizada através de e-mail, ele não simplesmente se utiliza dos sistemas para abordar a antropologia e o turismo, mas também através do processo da interação de vários sistemas e vários elementos, no qual permite abranger vários contextos e fatores distintos, como descrito no trecho abaixo:

“yo parto de la teoría de sistemas, pero añadiendo el aporte del procesualismo. Esto es, el sistema no sólo se compone de variables (contextuales, mediambientales, socioculturales y socioeconómicas, que a su vez son activas, limitantes o neutras, según el momento) sino de procesos o relaciones entre ellas. Son estas relaciones, temporalmente enmarcadas, las que realmente me importan probablemente condicionado porque mi formación básica viene de la lógica de conjuntos y la ecología procesual. Sin embargo, no puedo negar que, aunque no creo que me influyeran si me hicieron repensar y revisar planteamientos las discusiones de lo que se llamó antropología posmoderna sobre la textualidad y la interpretación del informante y objeto de estudio. Por ejemplo, de ahí me viene poner uno de los focos en la mirada del turista, la comprensión o no de mundos diferentes con culturas mutadas (o híbridas), que yo prefiero llamar variaciones culturales” (Santana, entrevista, pesquisa direta, 29.05.2015).

Agustín Santana é visto por outros autores como sendo um dos principais antropólogos que trabalham com o turismo, inclusive por ele conseguir aliar as funções de docente e consultor. A autora Margarita Barretto ressalta em vários textos, a sua admiração pela obra e importância do autor para os estudos antropológicos do turismo, como no trecho citado a seguir: “Raramente encontra-se um intelectual que consiga reunir de forma imparcial os dois olhares, numa síntese em que não há preto ou branco, mas uma rica gama de cinza...próprio de todo fato social” (Barretto in Santana, p.9, 2009).

---

<sup>4</sup> Informações retiradas do site da Editora Aleph. Disponível em: <http://www.editoraaleph.com.br/site/fabio-novo/agustin-santana>.

O Professor Roque Pinto da Silva Santos, professor adjunto de Antropologia na Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, e ex-orientando do Professor espanhol em sua tese de doutoramento, declara que:

O Prof. Agustín Santana Talavera é um dos nomes mais importantes nos estudos do turismo no cenário internacional, especialmente na perspectiva socioantropológica. O trabalho de Agustín, ao invés de se fixar num único terreno de investigação ou num aspecto restrito do turismo, tem o grande mérito de buscar, dentro da melhor e mais rigorosa tradição antropológica, compreender a dimensão sistêmica, processual e compósita da atividade turística. Isto lhe auferiu a possibilidade de fornecer respostas com as quais é possível desenvolver políticas públicas ou intervenções empíricas nos mais diversos campos de investigação. (PINTO, Roque. Entrevista direta, 06.07.15).

Dessa forma, fica evidente a distinção de Agustín Santana para os estudos da antropologia e também do turismo, tanto pela sua dupla atuação, mas também pela apresentação de suas teorias através do sistemismo, ponto incomum se tratando dos estudos da antropologia do turismo.

#### **4 O ANTROPÓLOGO-CONSULTOR E A ANTROPOLOGIA APLICADA**

Construir uma antropologia aplicada ao turismo não parece ser tarefa fácil, coloca Banducci Jr. (2001, p. 24). Prova disso é que a primeira abordagem antropológica do turismo - artigo sobre turismo em uma vila mexicana escrito por Theron Nuñez - aconteceu em 1963 e, até 2001 (quando o livro foi publicado), são poucos, no mundo, os antropólogos que tomam o turismo como objeto de estudo. No entanto, passados 15 anos da fala de Banducci Jr., pode-se perceber que o turismo hoje arregimenta um número bem maior de antropólogos que se debruçam em seu estudo.

O entendimento que Santana (2009, p.55,) explicita que o turismo é:

Atividade dinâmica, com implicações socioeconômicas, socioculturais e sobre o meio físico, possui seu eixo nos encontros entre clientes, ou turistas, e os atores da área de destino (agentes prestadores de serviços, população residente e outros turistas), envolvendo e inter-relacionando as motivações e experiências dos turistas, as expectativas e os ajustes feitos pelos residentes da área receptora e os papéis desempenhados pelas numerosas agências e instituições que intercedem entre eles.

O autor (2013, p.8) pondera que, apesar do turismo ser uma atividade econômico-empresarial, pode haver interesse para benefícios comuns, com programas de desenvolvimento e recuperação de áreas e povos necessitados. No entanto, percebe-se que há um campo a se avançar, quando Banducci Jr. e Barretto (2011, p.10) observam que o *trade* turístico não apóia os estudos científicos de turismo advindos da geografia e da antropologia, “uma vez que estes evidenciam a forma irresponsável como alguns

empresários de turismo vêm tratando o meio ambiente natural e cultural, assim como explorando economicamente os turistas [...]”. Portanto, para tais autores (2001, p.12):

Uma antropologia aplicada ao turismo poderia, além de gerar conhecimento para a ciência, redundar em benefícios para os turistas e para as populações receptoras se os empresários e planejadores, ao ficarem a par dos impactos que a atividade ocasiona – e ao refletirem sobre eles -, buscassem alternativas de desenvolvimento harmônico que permitissem atingir o que na atualidade é considerado o paradigma da sustentabilidade.”

Banducci Jr. e Barretto (2001, p.12) acreditam que uma antropologia aplicada do turismo seria o resultado de uma conciliação entre o como fazer – o planejar – o produto turístico e o olhar sobre o fenômeno social e cultural que se produz no momento em que acontece o consumo desse produto, com o primeiro repensando-se à luz das pesquisas do segundo e que este é um diálogo ainda pendente entre o fazer e o refletir.

Santana (2009, p.111-112) reitera que os estudos da antropologia do turismo têm atuado em territórios mais ou menos estáveis, utilizando como técnica principal a observação participante sem, no entanto, descartar métodos quantitativos e o suporte de outras disciplinas como a economia e a administração de marketing para um estudo interdisciplinar. O autor defende a interdisciplinaridade nos estudos do turismo como forma possível de propor novas metodologias. A seguir, um trecho da entrevista do autor sobre a atuação do antropólogo no campo do turismo.

No encuentro contradicción entre la antropología del turismo y la asesoría/diseño de producto turístico, o la auditoría de productos y servicios públicos y privados en turismo. Soy antropólogo, genero un poquito de teoría, hago antropología aplicada, y una parte importante de lo que hago es antropología del turismo. La antropología del turismo surge en los años 1970, yo empiezo a introducirme en ella en los ochenta y concentro mi actividad de asesoría en la segunda mitad de los noventa (y hasta la actualidad). Lo que hago es aplicar precisamente los planteamientos teóricos y metodológicos a un universo profesional que no es usual para los antropólogos. Pero curiosamente somos muy eficaces, la antropología nos prepara para eso. Pero es necesario abrir la mente hacia la interdisciplinariedad (o transdisciplinariedad), arriesgar, abrir nuevos subcampos y generar nuevas técnicas de investigación. (Santana, entrevista, pesquisa direta, 29.05.2015).

## 5 QUESTÕES DISCUTIDAS PELO AUTOR

Na obra pesquisada de Agustín Santana, identificamos algumas questões que ele discute com afinco em sua produção acadêmica, notadamente em artigos científicos. Estes, escritos depois de seu livro “Antropologia y Turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas?”, em espanhol, de 1997, que foi atualizado, traduzido e publicado em 2009, em português, sob o título de “Antropologia do Turismo: analogias, encontros e relações”. Os livros contêm as discussões dos artigos escritos anteriormente, entre outros temas. Entre os artigos, destacamos os seguintes: *Turismo cultural, culturas turísticas; Patrimonios culturales y turistas; Patrimonio cultural y turismo*. Estes contêm pontos de vista, discussões e análises sobre temas pulsantes na antropologia do turismo como: a) efeitos *versus* impactos



turísticos; b) do culto à natureza, à natureza da cultura (o *continuum* turismo de massa-turismo cultural); c) autenticidade; d) o patrimônio e sua construção simbólica e, e) a socioecologia. A seguir, discutiremos cada um desses pontos.

a) Efeito *versus* impactos turísticos

Santana, de certa forma, insere na discussão da antropologia do turismo um outro olhar para o que comumente se chama de impactos da atividade turística, tão amplamente polarizados em positivos e negativos, a exemplo de Krippendorf (2000), Swarbrooke (2000), Dias (2008) e Graburn (2009), entre outros. Santana acredita que é praticamente impossível distinguir o que foi produzido pelo turismo, pela tv ou cinema (ou mesmo internet, pensando na atualidade). Assim, prefere trabalhar com a categoria “efeitos”, que parecem não denotar uma escala dicotômica entre negativos e positivos, mas tons de cinza, efeitos graduais que também advém de outras esferas, afinal o turismo está inserido dentro do sistema capitalista e funciona de acordo com sua lógica. Banducci Jr (2001, p.38), menciona a pesquisa da antropóloga Valene L. Smith (1995), em Tana Toraja quando esta pergunta a um guia local sobre a relação entre turismo e valores locais, e este responde: “o turismo não é importante em nossas vidas – nós vemos o mundo pela televisão todas as noites”, demonstrando que “a integração com a sociedade ocidental se mostra mais ampla do que os efeitos provocados pela atividade turística”. Banducci ainda faz perceber que essa preocupação em apontar os efeitos da atividade deve ser suplantada, pois não aborda o fenômeno em toda a sua complexidade, como por exemplo como “a população envolvida tem sido influenciada por outras instancias do mundo globalizado e mesmo como tem pensado esse processo e elaborado as respostas às suas investidas” (2001, p.38).

b) Do culto à natureza, à natureza da cultura

Tal classificação foi por nós dada, pela análise que Santana faz da passagem do turismo de massa para o turismo cultural, fazendo crer que existe uma curva de demanda em que o turismo de massa, na curva descendente, faz surgir, diante da dinâmica do próprio mercado e da reinvenção constante do marketing, a curva ascendente do turismo cultural como segmento que atende aos anseios e necessidades de um novo público e suas preocupações estéticas, ideológicas, emocionais, existenciais, de um turista que vem depois da saturação do modelo “sol e mar”. Turismo de arte, patrimonial, monumental, ambiental, étnico, cultural e histórico: ao segmento o mercado vai sempre acrescentando algum elemento “novo” pra atrair demanda. “A novidade não é tanta quanto parece”, observa Santana (2003, p. 34).

Este autor (2013, p.4) expõe a visão mais recorrente do turismo de massa como sendo aquele sem mais pretensões que desfrutar de uma “viagem enlatada” dentro de um sistema quase industrial de abastecimento de recordações, souvenirs, fast-food, hospedagens de baixa qualidade, entre outros bens e serviços. No entanto, diz o autor, no início do século XXI, “o turista de massa já não é mais exclusivamente aquele que se esticava ao sol com seu daiquiri em mãos”, pois estes atualmente exigem qualidade nos serviços e

demandam cultura local, preparada para a sua comercialização turística. (Santana, 2009, p. 94). Segundo Santana, os destinos vêm sendo condicionados pela demanda, pelos estereótipos, desde os anos 1970, a exemplo de Cancún ou Acapulco. No final dos anos 1980, e início dos 1990, o turismo de massa vai dando lugar à preocupação e crise ambiental, econômica e ideológica, com um movimento de individualização e diferenciação, no que alguns teróricos denominam “pós-turistas” (Santana, 2003, p. 32). O autor questiona se o turista que busca cultura é mesmo um turista diferenciado, com perfil mais culto, e reitera que, na verdade, o turista cultural está em busca de “ver o estranho reconhecível” (Santana, 2003, p. 33).

Em sua análise, o autor não separa o turismo de massa do turismo cultural como se este último gozasse de um status mais elevado, de uma razão mais nobre. Ao invés disso, ele aponta para um turismo cultural de massa, onde a cultura da patrimonialização oferece monumentos, artefatos e histórias como mercadorias intercambiáveis em suas simbologias (Santana, 2013). E discorre sobre “povos patrimonializados”, como índios, pescadores, camponeses, quilombolas, onde os modos de vida e etnia são preservados para manter essa fábrica de autenticidade e ao mesmo tempo novidade que movimenta o mercado de segmentos.

### c) Autenticidade

Santana, diferentemente do discurso que coloca como impactos negativos do turismo a espetacularização, a tradição encenada, a perda da identidade, a aculturação, faz uma analogia do turismo à magia, inserindo a cultura como componente, para evidenciar que existem acordos tácitos e explícitos na experiência turística, onde não existem enganadores nem enganados, mas uma “negociação da verdade”, como que se os turistas, ao invés de vítimas por uma “indústria” do lazer e seus simulacros, fossem cúmplices de todo o processo.

Krippendorf (p. 43, 2000), por sua vez, remete ao conceito dos “clichês” em turismo. O autor fala dos cenários paradisíacos pintados na propaganda turística como “um universo perfeito demais, artificial, apenas um fragmento, uma montagem que quase sempre está muito distanciada da realidade”, e que, sendo essas descrições já clichês dos apelos das empresas turísticas, “ninguém poderia afirmar seriamente que os clichês iludem o mundo, no entanto, parece que é agradável deixar-se seduzir perpetuamente por eles”. Assim, ele faz a seguinte indagação: “as pessoas querem os clichês, por que não dá-los?” Supondo, portanto, esse acordo tácito (ou mesmo explícito), entre produtores e turistas, no consumo de paisagens idealizadas.

Assim, os clientes-turistas, mesmo cientes dos truques a que são submetidos, estes não afetam seu regozijo ao deparar com o produto final da mágica.

“O turismo é, como a mágica, uma arte nas encenações; e a cultura, como significação de utensílios, características, normas e valores, o auge da magia. Nos três casos (mágica, turismo e cultura), os participantes do ato são cúmplices, criam o que querem ver e alteram o que é visto com sua criativa presença”. Constroem-



no e reconstroem-no a partir de suas múltiplas e socioculturalmente filtradas interpretações, de forma que o “autêntico” é o resultado de uma interação múltipla, variada e complexa do conjunto de elementos que constituíram a enculturação e a própria experiência, mantendo poucas conexões com o “real”, se é que devemos aludir a tal conceito (Santana, 2009, p. 15).

Isto nos faz lembrar de Strauss (1975, p.2) ao discutir sobre “o feiticeiro e sua magia”, quando coloca que “não há, pois, razão de duvidar da eficácia de certas práticas mágicas, mas, vê-se, ao mesmo tempo, que a eficácia da magia implica na crença da magia”. Strauss diz que esta, apresenta três aspectos complementares: a) a crença do feiticeiro, na eficácia de suas técnicas; b) a crença do doente que ele cura, c) a confiança e exigências da opinião coletiva, no seio do qual se definem e situam às relações entre o feiticeiro e aqueles que ele enfeitiça (Strauss 1975, p.29).

Tentando uma aproximação com o que acontece na arena da atividade turística, pode-se inferir que o feiticeiro é o que já foi explicitado como “indústria turística”, com toda a sua oferta sedutora e promessa da cura dos males de uma sociedade cada vez mais estressada e em busca de escapismos. Esta doença social seria abrandada ou curada por diversos segmentos de turismo ofertados em uma prateleira ao dispor do freguês e de suas necessidades materiais ou espirituais. O doente acredita que fazer turismo pode curar. E, finalmente, a coletividade, referendando, compartilhando experiências pessoal ou virtualmente, legitimando e transformando em necessidade e ao mesmo tempo conferindo status ao ato de viajar.

Para Santana, a autenticidade se aproxima mais do “como se percibe una experiencia y artefacto – que valores admirables se contemplan encarnados en ellos y con que estética son expresados – que con la coisificación de la experiencia y el artefacto mismo” (Santana, 2013, p.7).

O pesquisador e antropólogo Rafael dos Santos (2009, p.10-11). em “Hibridização cultural e turismo”, vai para além do discurso da autenticidade e da identidade, ou da perda delas que o turismo ocasionaria, tão enfatizada por sociólogos e antropólogos nas décadas de 1970 e 1980. O autor propõe que o espaço turístico não é um não lugar, mas sim um espaço híbrido, rico na formação de novas identidades. Tal espaço detém sua própria autenticidade, produzida pelos atores que nele desempenham seus papéis. O conceito, portanto, tem uma dependência do repertório do receptor e suas fantasias. O receptor, assim, é influenciado e influencia. A percepção dependerá de “Las expectativas, las motivaciones, los estereotipos con los que cada individuo – turista potencial – cargue o sea cargado, dan contenido y sentido a aquellas atracciones-productos culturales” (Santana, 2003, p. 46).

Dentre os vários questionamentos propostos por Santana em sua obra, sobre autenticidade, ele faz as seguintes provocações:

¿és mas auténtica la casa de ramas en la selva que el apartamento en la ciudad?  
¿más patrimonio cultural el horno de leña que el microondas? ¿más real la  
ceremonia de adoración a la tierra que la misa? No es cuestión de grado, la

respuesta variará según su usuario y su querencia. **Lo aparentemente más antiguo no es más auténtico, simplemente es más viejo” (grifo nosso)** (Santana, 2013, p.8).

Para falar sobre “autenticidade como experiência”, Santana utiliza o exemplo dos parques temáticos para iniciar sua argumentação. O autor declara que a pessoa que compra um bilhete para um parque temático, salvo casos de patologias mentais, é consciente que está adentrando em um mundo de encenação, de elementos construídos. O comprador do bilhete, portanto, é cúmplice do simulacro e a experiência vivida nesse exercício da imaginação não deixa de ser autêntica (Santana, 2013, p.7). Muitas vezes o simulacro parece mais real que a própria realidade. Moesch (2000) fala da Disney, onde a África “fake” do Animal Kingdom parece até mais África do que a própria África. Pós-turista, o consumidor de simulacros, não é vítima, é cúmplice. Santana (2003, p.46) cita Saarinen (1998, p. 158) pra dizer que o produto turístico construído artificialmente parece, ante os olhos, mas real que o próprio real e que a discussão “es más retórica y reivindicativa que práctica”. Assim, importa menos o que é “autêntico” ou “inautêntico”. O que precisa ser verdadeira, acima de tudo, é a experiência do turista.

Santana trata a cultura como algo vivo e dinâmico, e se mostra avesso ao que denomina “bolhas culturais”, que congelam o tempo em um passado conveniente. Para ele, mais vale a simples demonstração de que as culturas estão vivas, que as sociedades como portadoras e transmissoras, as recriam para seu melhor uso, que não existem receitas e dogmas para a mudança apropriada, que é difícil, ou mesmo inútil, tentar definir a mudança apropriada (Santana, 2009, p.15), e que com a influência do turismo se podem descrever “episódios de revitalização, surgimento de identidade coletiva, e recuperação de tradições, estas convenientemente adaptadas aos novos tempos e novos requerimentos [...]” (Santana, 2009, p.15).

#### d) O patrimônio e sua construção simbólica

Como matéria-prima do turismo cultural, discutiremos o que é e como é construído o patrimônio, seja ele material ou imaterial, no contexto do turismo.

Para Santana (1998, p.37), “Llega pues el momento, en plena década de los noventa, de diversificar la oferta de productos construidos para el viajero, de potenciar la introducción en el mercado de nuevos elementos complementarios al Sol, la playa y el ocio nocturno”. Iniesta i González (1991 apud Santana, 2013, p.5) declaram que:

“el patrimonio es en sí mismo un concepto que alude a la historia, que entronca con la esencia misma de la cultura y es asumido directamente por los grupos locales. (...) es la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios [...]”.

Santana (2003, pp.40-41) observa que muitos dos consumidores do patrimônio cultural, que podem ser denominados de “turista cultural”, não buscam o patrimônio como primeira opção. Vão à busca de relaxamento e descanso e acabam “esbarrando” no cultural,

pela questão do status e prestígio social que este segmento confere ao visitante. A estes denomina “turistas culturais indiretos”. Mas estes, como quaisquer outros, acabam por comprar artefatos turísticos, ou como coloca Graburn (2009) “artes de aeroporto”, a exemplo de pirâmides ou catedrais medievais, no Egito ou Itália, mas fabricado na China. Os “turistas culturais indiretos” seriam aqueles da segunda opção, identificados no novo turismo de massas ou “charter”, muitas vezes identificados como excursionistas. Diretos ou indiretos são estes turistas que movimentam o comércio do turismo cultural (Santana, tur Cult, p.40-41).

Para preservar a diversidade biológica e/ou cultural, os estados de mais de 160 países estabeleceram algum tipo de proteção a diversas áreas e sobre diferentes bens (Santana, 2013, p.2). O autor coloca que os saberes e edificações são construídos social e institucionalmente, através de um discurso cultural ou imagem de forma deliberada e intencional.

Em síntese, Santana enxerga o patrimônio enquanto constructo sociopolítico que envolve estado, turistas, autóctones, organizações privadas e não governamentais. O estado, muitas vezes investe em um bem material ou imaterial que ao empresariado não interessará, bons ou maus usos, mas sim o lucro (Santana,1998, p.39). O patrimônio, diz Santana (1998) quanto mais é exterior ao seu povo, mais governo e iniciativa privada têm liberdade para direcionar seu uso. Quanto mais separado da população o patrimônio é apropriado pelo privado, que faz o uso que quiser sem intromissão, sem objeção. O patrimônio que não é vivido como algo próprio para o habitante, necessita de publicidade para o sê-lo. Novos patrimônios podem ser gerados não pelas obras em si, mas pela política, ao mesmo tempo, pode ser um instrumento poderoso na educação. Para tal fim, o cidadão deve ser um elemento chave para a preservação do patrimônio, se reconhecendo nele e não somente um bem do estado, do privado ou turístico. Assim, também, assume responsabilidades sobre ele.

A despeito da discussão sobre autenticidade e patrimônio, o historiador Eric Hobsbawm (2006) prefere falar em “tradições inventadas”, quando descortina um olhar sobre a tradição como uma questão politico-cultural, inventada em determinado tempo-espço, para criar estados de ânimos favoráveis ao *status-quo* ou ao próprio Estado.

Entende-se pelo termo, “um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado”, que não precisa ser remoto ou “perdido nas brumas do tempo”. Não é de estranhar, portanto, que coisas de pouco tempo, se estabelecem, com rapidez, como tradicional (Hobsbawm, 2006, pp. 9-10).

Hobsbawm (2006) evidencia a força das tradições inventadas na concepção de um nacionalismo forjado em instituições formadoras do caráter nacional. Assim, criam-se e recriam-se rituais, como que se colocando um novo papel de parede a um muro velho. Tais concepções são disseminados na Escola, Igreja, Associações, Grêmios, nos Hinos Nacionais,

bandeiras e em selos, papel-moeda e também através dos monumentos e patrimônios erigidos.

Será que à contemporaneidade restam apenas as reinvenções, já que o autêntico, o genuíno tende a repousar no passado, como observara, em tom crítico, Augustin Santana?

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A obra do Professor Agustín Santana, indubitavelmente, fornece um conjunto de teorias e modelos úteis para se pensar não somente a teoria da antropologia no turismo, mas também a sua aplicação. O objeto central de estudo da Antropologia, a cultura, é um tema de difícil mensuração, mesmo para os antropólogos. E quando a ela se alia o estudo do turismo, que também é um objeto em construção, dado as suas diversas faces, este debruçar se torna mais complexo. O professor Santana tem o mérito de, enquanto antropólogo, olhar dentro e além da antropologia, sem delimitar fronteiras. Por isso mesmo, talvez, abra flancos para críticas da sua atuação enquanto consultor, trabalhando com conceitos de mercado como imagem e marketing patrimonial, por exemplo. Portanto, conclui-se a apresentação, discussão e análise de sua obra com questionamentos para pesquisas vindouras que, no entanto, não foram questões centrais deste trabalho. Qual é o verdadeiro papel do antropólogo no estudo e na atuação profissional do turismo? E até que ponto, a cultura, enquanto produto turístico que se tornou, não requer um olhar de um antropólogo que não tenha pudor em ultrapassar fronteiras, dialogando com outras áreas que estão intrinsecamente relacionadas a seu objeto?

Tentando alguma resposta às indagações, se os antropólogos não ocuparem ou reivindicarem seu lugar na tentativa de estabelecer um vínculo mais harmonioso, justo, ou menos desequilibrado, entre turismo e ambiente sociocultural; entre turistas, empresas turísticas e autóctones, o que restará é a mão visível do mercado e os olhos, por vezes, vendados do Estado.

## REFERÊNCIAS

- Banducci Jr, A.; Barreto, Margarita (orgs). (2001). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. São Paulo: Papirus.
- Banducci Jr, A. Turismo e antropologia no Brasil: estudo preliminar. In Banducci Jr., A. ; Barreto, M. (orgs). (2001). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. São Paulo: Papirus.
- Barreto, M. (2006). *Turismo, cultura e sociedade*. Caxias do Sul, RS: EDUCS.
- Barreto, M. (2007). *Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas*. Tenerife, España: ACA y PASOS, RTPC. 176p.
- Feldman-Bianco (Org.). (2013). *Desafios da Antropologia Brasileira*. Brasília: ABA.
- Graburn, N. Antropologia ou antropologias do turismo? (2009). In Graburn, N., Barretto, M., Steil, C. A. Grunewald, R. A., Santos, R. F. *Turismo e antropologia: novas abordagens*. São Paulo, Papirus.
- Hobsbawn, E.; Ranger, T. (2006). *A invenção das tradições*. São Paulo, Paz e Terra.

- Jafari, J. (2005). *El turismo como disciplina científica*. In: *Política y Sociedad*. Vol. 42. Num 1. P. 39-54.
- Krippendorf, J. (2009). *Sociologia do Turismo*. São Paulo: Aleph.
- MacCannell, D. (2003). *El turista: una nueva teoria de la clase ociosa*. Editorial Melusina, Barcelona.
- Moesch, M. (2000). *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto.
- Researchgate. *Agustin Santana Talavera*. Disponível em: [http://www.researchgate.net/profile/Agustin\\_Santana\\_Talavera](http://www.researchgate.net/profile/Agustin_Santana_Talavera) Acesso em 01 jun. 2015
- Santana, Agustín. (2009). *Antropologia do Turismo: Analogias, encontros e relações*. São Paulo: Aleph.
- \_\_\_\_\_. (2000). *O rural como produto turístico: algo novo brilha sob o sol?*. In: Serrano, Célia; Bruhns, Heloísa & Luchiari, Maria Tereza D. P. (Orgs.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. Campinas, SP: Papirus, p. 151-170.
- \_\_\_\_\_. (1997). *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.
- \_\_\_\_\_. (2002). *Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: Claves y dilemas desde la antropología social*. Disponível em: <http://www.antropologiasocial.org/contenidos/publicaciones/asantana/santana-cogressorural.pdf>. Acesso em 02 de mai. 2015.
- Santana, A. (2003). *Mirando culturas: la antropologia del turismo*. In: Rubio Gil, Ángeles (Org.). *Sociologia del turismo*. Barcelona: Ariel,. p. 103-25.
- \_\_\_\_\_. (2003). *Turismo cultural, culturas turísticas*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre. Ano 1. p.31-57.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Patrimonios culturales y turistas: unos leen lo que otros miran*. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 1, N°1, p. 1-12.
- \_\_\_\_\_. (1998). *Patrimonio cultural y turismo: reflexiones y dudas de un anfitrión*. Revista Ciência y Mar. 6: 37-41.
- Editora Aleph. *Agustín Santana*. Disponível em: <http://www.editoraaleph.com.br/site/fabio-novo/agustin-santana> Acesso em 01 jun. 2015
- Strauss, C. L. (1975). *O feiticeiro e sua magia*. Rio de Janeiro. Tempo Brasileiro. pp. 193-213.
- Swarbrooke, J. (2000). *Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental*. São Paulo: Aleph.