

Antropologia, conceito de cultura e o campo de pesquisa etnográfico na pesquisa em turismo

Yolanda Flores e Silva¹

Resumo: Neste texto apresentamos como a Antropologia vem se inserindo nas pesquisas e debates sobre Turismo, a partir de um “olhar” caracterizado no respeito às pessoas, ao meio ambiente e a cultura local. Como ponto de partida para esta discussão, fazemos uma reflexão sobre alguns conceitos clássicos de cultura seguidos de um pequeno roteiro de construção de estudos realizados com uma perspectiva antropológica de diagnosticar, qualificar e auxiliar na intervenção de um destino turístico considerando pessoas, ambiente e o patrimônio social, cultural disponível em um dado momento e contexto histórico.

Palavras-chave: Antropologia, Turismo, Cultura.

1. Considerações Iniciais: Por Que Antropologia no Turismo?

Falar de Turismo a partir da Antropologia pode parecer um pouco abusivo, no entanto, a Antropologia, vem nos últimos anos, organizando uma série de estudos sobre o Turismo e tem algumas considerações bastante pertinentes sobre esta área.

Antes de tudo é importante delimitar este “*corpus*” denominado Turismo. Sabemos que muitos autores colocam os primeiros momentos da história do turismo, enfocando na verdade os roteiros de viajantes como Marco Polo e outros desbravadores. Este tipo de viagem, em nosso entender, não pode ser qualificado como viagem turística. Autores como Löfgren(1999)¹, Withey (1997)², Boyer (1996)³ e Feifer (1985)⁴, apontam que o Turismo organizado inicia seu desenvolvimento em meados do século XIX, sendo os Estados Unidos e alguns países da Europa, os precursores dos primeiros empreendimentos voltados para o turismo como uma atividade de massa.

Este desenvolvimento, no entanto, não pode ser visto como um fenômeno isolado do contexto histórico e cultural. A valoração do tempo livre, onde as pessoas coloquem para fora

seus desejos e aspirações de evasão da realidade cotidiana, incentivaram, e muito, a prática do lazer e do turismo (ANDRADE, 1993)⁵. Assim como, os fenômenos relacionados ao desenvolvimento do individualismo, a urbanização e as mudanças das condições de trabalho, que muito contribuíram para que se fortalecesse a idéia do Turismo como uma necessidade dos seres humanos.

E é este Turismo que vem se consolidando como área do conhecimento principalmente após a revolução industrial, período que é historicamente considerado como um marco no seu desenvolvimento como atividade comercial organizada e planejada, que a Antropologia reconhece como um objeto de estudo importante. Apesar de muitos estudos apontarem para os problemas gerados pelo Turismo (DONAIRE, 1998)⁶, a atividade vem sendo encarada como uma grande alternativa econômica (o que sem dúvida é), capaz de promover a superação de uma série de problemas socioeconômicos geradores da pobreza e da dependência dos chamados países subdesenvolvidos aos desenvolvidos. Entretanto, o Turismo, enquanto uma prática social, como afirma Do Carmo (2000)⁷, ainda deixa muito a desejar, visto que a implantação de empreendimentos turísticos em muitos países pobres, gera uma maior dependência dos países mais ricos. É o Turismo “fordista” que maximiza o número de visitantes em determinadas áreas provocando degradação ambiental e uma tensão cultural e social entre turistas e anfitriões (CAMPÊLO, 2000)⁸.

Esta degradação e desequilíbrios geradores dos impactos sócio-culturais e ambientais, fragilidade dos locais visitados, desestruturação do ambiente e das pessoas que ali vivem, fazem parte dos debates que hoje se instalam nos fóruns antropológicos (SILVA, 2000)⁹. Neste sentido, a Antropologia, vem trazendo para o Turismo outro “olhar” sobre a situação das localidades turísticas, sendo a discussão sobre cultura, o primeiro viés ou a porta de entrada da Antropologia na prática turística, e também nas pesquisas que se utilizam dos instrumentos e técnicas antropológicos e / ou etnográficos para diagnósticos, análise e ações de intervenção nos destinos turísticos.

2. O Conceito de Cultura e o Turismo

A noção do que seja cultura é algo inerente às Ciências Sociais e conseqüentemente a Antropologia (CUCHE, 1999)¹⁰. Quando tratamos de cultura na Antropologia, não falamos

¹ Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. E-mail: yolanda@univali.br

apenas de fatos, fenômenos ou objetos que possam ser materialmente visíveis ou tocados. Embora ambíguo e com diversas definições, dependendo do enfoque ou da abordagem antropológica que adotamos (RIFIOTIS, 1998)¹¹, é na atualidade o termo mais utilizado em diversas áreas quando se trata de apontar as diferenças e a construção do conhecimento humano.

Se pensarmos na quantidade de definições que existe sobre cultura, chegamos à conclusão de que é impossível ou muito difícil trabalhar com este conceito. Entretanto, como afirma Rifiotis (idem, p. 13), “o conceito de cultura apenas adquire significação quando for referenciado no corpo teórico do qual ele se originou”. Ou seja, é possível estudar cultura no Turismo e em muitas outras áreas do conhecimento, quando formatamos e / ou adequamos os conceitos estudados na Antropologia, às nossas necessidades teóricas, justificando nossas escolhas sobre o estudo da cultura e mostrando ser este um viés possível quando queremos elaborar propostas de pesquisa ou de ação com uma abordagem antropológica.

Sobre cultura, enquanto “palavra” ou “termo”, existem muitas histórias sobre o seu significado, embora não tenhamos em todas as línguas um termo equivalente para o que entendemos que seja “cultura”. Isto não significa dizer que algumas sociedades tenham cultura e outras não. Que fique claro que todas as sociedades têm cultura e que nenhuma delas, no entender da Antropologia hoje, tem uma cultura melhor ou maior do que outra. O que temos são valores diferenciados, porém simultâneos entre distintos povos, nações, sociedades e grupos humanos (MAIA, 1996)¹².

Do ponto de vista etimológico, cultura significa “cultivar”, desenvolver ou criar algo. Pensar desta forma, nos remete a idéia de cultura como uma construção histórica, como uma dimensão do processo social, algo que tem a ver com a hominização dos seres humanos e a capacidade permanente que temos de transformar a nós mesmos e ao espaço onde estamos inseridos. Assim, discutir cultura implica estudar o processo de transformação e diferenciação entre os seres humanos, enquanto uma realidade concreta das práticas cotidianas.

A primeira definição de cultura foi atribuída ao antropólogo Tylor, citado em Cuche (idem, p. 35), numa concepção universalista e etnológica de cultura e civilização, onde o termo cultura expressa a totalidade da vida social numa dimensão coletiva e adquirida:

Um conjunto complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, os costumes e as outras capacidades ou hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro da sociedade.

Quando esta definição passou a ser a “definição científica” de cultura, foi muito utilizada para classificar as sociedades de uma forma estereotipada, enquanto culturas de mentalidade primitiva ou civilizada. Estávamos na época estabelecendo a idéia de uma evolução deturpada, que embora bastante rejeitada pela Antropologia na atualidade, ainda é referenciada em outras áreas como uma verdade científica.

Este tipo de discussão sobre os tipos de cultura e sobre a hierarquização dos grupos humanos de acordo com suas tradições culturais é constante na história da Antropologia. Mas, a Antropologia não peca pela originalidade ou pelas mudanças constantes de seus próprios paradigmas, Benedict (1976)¹³, uma antropóloga americana, é um exemplo, tendo ficado célebre por caracterizar as culturas de distintos grupos humanos, observando que as mesmas se distinguem umas das outras, a partir de certas configurações, estilos e modelos. Para ela a cultura de um determinado grupo humano, é fruto de um conjunto de escolhas, de buscas e a criação de instituições que vão moldando comportamentos e valores. Em outras palavras: cada grupo humano escolhe ou pelo menos constrói o que é possível a nível cultural, levando em conta as necessidades, os espaços e a própria história do grupo.

Já Mead (1979)¹⁴, outra antropóloga da mesma época de Benedict, analisa as diferentes culturas, observando o processo de transmissão cultural através da socialização. Este tipo de estudo significou trazer para dentro do conceito de cultura, a idéia de que não são apenas obras ou transformações materiais que se inserem no conceito de cultura. Existe algo mais e está relacionado à forma como as pessoas se socializam entre si e como elas iniciam o processo de moldagem de suas personalidades. Com este pensamento, Mead (idem), tentou demonstrar que desde os primeiros momentos de vida de uma pessoa, ela tem uma série de estímulos que determinam sua educação e conseqüentemente seu modo de entender, comportar-se e projetar-se em sua sociedade. Ou seja, a cultura não se transmite com os genes. As pessoas se apropriam ao longo de suas vidas de forma progressiva, de um suporte cultural, se fixando ou rejeitando, e reinterpretando quando necessário sua própria cultura.

Muitas foram às críticas a este pensamento antropológico americano de pensar a cultura e a formação cultural das pessoas. Ao grupo que discutia estas idéias se alcunhou o termo de “culturalistas”, e embora muitos não concordem com tudo que elaboraram, é aos mesmos que devemos a retirada da Antropologia de arcaísmos discriminadores do tipo “grupos primitivos, selvagens ou bárbaros” X grupos civilizados, cultos e progressistas.

Também foram eles que muito contribuíram para explicar que a cultura é a forma que os seres humanos encontram para interpretar e transformar a natureza.

Na revisão dos conceitos de cultura, chegamos a Lévi-Strauss (1976)¹⁵, que usa o termo cultura para mostrar que a mesma é um conjunto de diferenças significativas e simbólicas, relacionadas a linguagem, as regras matrimoniais, as relações econômicas, a arte, a ciência e a religião. Este utilizou bastante o referencial de Benedict sobre tipos de culturas associando-a a sua análise de sistemas sobre a elaboração de regras e normas estruturais da vida social.

Muitos outros conceitos clássicos da Antropologia poderiam ser dados neste “paper” e talvez chegássemos a mais de 100. Os ‘inventores’ do conceito de cultura são muitos, assim como as abordagens que defendem. No atual paradigma vivido pela Antropologia, citaremos mais um representante desta “invenção”, para destacar como a cultura a partir da década de 70 associou este conceito antropológico a outras áreas do conhecimento para melhor entender os grupos humanos.

Nesta perspectiva, Geertz (1978)¹⁶, restabelece outros parâmetros para a discussão do termo cultura e afirma ser este essencialmente semiótico, amarrado a uma teia de significados e discursos que precisa de uma descrição densa a fim de ser interpretada. Para ele, a cultura é como um texto, que tem sempre algo mais a ser dito, nem sempre explícito, nem sempre observado, mas, que na sua essência tem significados subjetivos associados às práticas sociais.

Nesta forma de explicar cultura, Geertz (idem), associa a Antropologia ao estudo dos discursos e a Semiótica (teoria do significado), utilizada por ele com bastante ênfase para interpretar os sujeitos que são autores do “texto”, mostrando que o antropólogo, ver em cada sujeito um construtor do “texto”, cumprindo um papel social em um espaço amplo com muitos outros sujeitos. A cultura, neste ponto de vista é mostrada como algo público, tendo vários autores, constituída de forma consciente de acordo com um momento histórico-temporal (AZZAN-JÚNIOR, 1993)¹⁷.

Mas, não é com Geertz que a discussão sobre o que seja cultura termina. A cultura é parte de uma realidade não estática, mesmo em sociedades de culturas tão distintas e às vezes distantes em significados umas das outras. Muitos outros pesquisadores e teóricos das Ciências Sociais tentaram ampliar o conceito de cultura para as muitas facetas da vida humana. O turismo como parte deste processo não ficou de fora e utilizam estudos da

Antropologia, o próprio conceito de cultura e os instrumentos e técnicas de etnografia, para ampliar e amadurecer os estudos que despontam na área do Turismo.

Retornando na história, observamos as viagens exploratórias para regiões distantes, quando a visita a uma sociedade distante era tida como exótica e pitoresca. Muitos costumes e hábitos foram disseminados, muito se escreveu e muito se detalhou sobre a inferioridade cultural de alguns povos e conseqüentemente sobre a superioridade de quem os visitava. Conhecemos com bastante exatidão os resultados de algumas destas viagens exploradoras: escravidão, colonização e extermínio. E para os que sobreviveram, a aculturação, um substantivo criado em 1880 por J. W. Powel, um antropólogo americano, que denominou desta forma a transformação dos modos de vida daqueles que visitam ou são visitados (CUCHE, *ibidem*).

Ao pensarmos nos destinos turísticos, nos recursos e produtos culturais, ambientais e históricos, consideramos necessário não repetir os erros dos que fizeram destas viagens exploradoras a possibilidade de promover a dominação, o poder e a submissão dos que são visitados. O futuro do Turismo está em unir forças com as distintas áreas do conhecimento, entre elas a Antropologia. Isto no sentido de desenvolver projetos e ações que demarquem e consolidem pesquisas que possam ampliar o conhecimento teórico e a construção de instrumentos de intervenção social e política para a promoção do desenvolvimento e da sustentabilidade dos destinos turísticos.

E como será possível chegar a esta possibilidade? A etnopesquisa no Turismo pode ser a resposta a esta questão?

3. A Etnopesquisa no Turismo

Um dos muitos desafios das pesquisas em Turismo está em mostrar aos alunos de Turismo, mais especificamente os que realizam mestrados, que um dos pontos fundamentais das pesquisas que se utilizam da abordagem antropológica, é entender que o eixo principal de suas investigações não são eles próprios e / ou o Turismo. Neste tipo de pesquisa de inspiração e tradição etnográfica, o foco e preocupação estão no *etno* (do grego *ethnos* que significa povo, pessoas) e na compreensão das ordens socioculturais que fazem parte dos espaços organizados destes sujeitos edificadas em meio a uma vasta rede de relações culturalmente mediada por seus *habitus* (BOURDIEU, 1980¹⁸; BOURDIEU, 2007¹⁹).

Nesse sentido, as pesquisas voltam-se para seu objeto ou *corpus* avaliando como os processos de interação e socialização que constituem o cotidiano do viver humano em sociedade e em cultura, auxiliam ou não no processo de construção de um dado fenômeno, que seja de interesse de pesquisa. É importante para o pesquisador entender que esta perspectiva de pesquisa não ortodoxa e até questionada pelos que defendem as pesquisas de natureza eminentemente quantitativas, tem critérios importantes de validação (pouco utilizados, compreendidos e descritos) de natureza epistemológica e operacional para a compreensão das etapas de constituição dos conhecimentos pela pesquisa empírica (MACEDO, 2006²⁰).

Para que o pesquisador compreenda as etapas de uma pesquisa com abordagem antropológica, é fundamental que este saiba que os métodos e instrumentos de trabalho de natureza etnográfica somente poderão ser adotados a partir da premissa e escolha de uma linha de pensamento ou prática teórica. Ou seja, o uso de um método antropológico tem que possuir uma inspiração teórica que seja marxista, ou funcionalista, ou estruturalista, ou fenomenológica, ou sistêmica, entre muitas outras possibilidades. Somente com esta etapa de seleção da linha de pensamento teórico é que o pesquisador poderá fazer a identificação de referências de leitura para efetivamente começar a delinear o desenho de seu estudo.

Com esta etapa definida, o pesquisador poderá também classificar o tipo de estudo a ser realizado, que no caso das pesquisas de natureza social [cultural] podem ser: básicas, estratégicas, orientada para problemas específicos, de ação, ou de grandes levantamentos demográficos, estatísticos, econômicos e epidemiológicos (BULMER citado por MINAYO, 2007²¹), com consistência teórica e relevância social.

Em nossa experiência nos últimos anos com os alunos do mestrado em Turismo e Hotelaria da UNIVALI, consideramos que é possível fazer uma excelente pesquisa com abordagem antropológica em que o objeto de estudo seja o Turismo, se conseguirmos direcionar nossos resultados para ações concretas a médio e longo prazo, que mesmo quando não desenvolvidas pelos alunos, o são pelos sujeitos que participaram ativamente do estudo. Para que isto possa ocorrer, é de fundamental importância que orientador e alunos e posteriormente os sujeitos da pesquisa discutam as seguintes premissas (MINAYO, idem):

- ✓ O que a pesquisa pode oferecer como produto;

- ✓ Etapas de desenvolvimento transdisciplinares (saberes e fazeres do orientador, do mestrando, dos sujeitos informantes do estudo e diversas áreas do conhecimento);
- ✓ Direcionamento da análise para descobertas (pesquisa acadêmica) e / ou intervenção (pesquisa profissional);
- ✓ Devolução dos dados aos sujeitos pesquisados com um texto simples e direto que possa ser posteriormente utilizado para as ações de intervenção após o fechamento da pesquisa.

Com a contextualização acima finalmente chegamos a uma questão: porque fazer uma pesquisa de natureza antropológica / etnográfica no turismo? Afinal qual o propósito da Antropologia e como este propósito pode auxiliar as pesquisas do Turismo?

Sabemos que muitas pesquisas no Turismo possuem como características a possibilidade de permitir diagnosticar, qualificar e auxiliar na instrumentalização de um destino turístico no sentido de promover debates e ações sobre intervenções de recursos, produtos e serviços que incentivem a sustentabilidade e o desenvolvimento local com manejo que permita o mínimo de impactos negativos. Considerando estas probabilidades, as pesquisas antropológicas são factíveis porque permitem a descrição, interpretação e explicação de determinado fenômeno, considerando as pessoas, o ambiente (território) e o patrimônio cultural e social disponível em um dado momento e contexto histórico.

Para chegar à construção do projeto de pesquisa, o pesquisador, após as escolhas explicitadas anteriormente deverá iniciar (BEAUD; WEBER, 2007²²):

- ✓ Familiarização teórica e pessoal com o campo escolhido de estudo [visitas e estudos do contexto histórico, geográfico, administrativos e demográficos];
- ✓ Realizar visitas de reconhecimento, interconhecimento e interação com o ambiente, as pessoas e instituições públicas locais importantes para o estudo;
- ✓ Organizar um diário de campo para descrição livre das visitas realizadas, impressões pessoais, nomes de pessoas e agendamentos de retorno;
- ✓ Instalar-se no campo e comunicar as pessoas de interesse do estudo os objetivos da pesquisa, apresentando os princípios éticos norteadores da mesma;
- ✓ Delimitar o 'lugar', os 'atores sociais' e as 'atividades' que serão seu campo de observação e entrevistas;

- ✓ Avaliar se irá trabalhar com pessoas individualmente [entrevistas] ou com agrupamentos [estudo focal, dinâmicas participativas], quais as redes de interação destas pessoas e atividades que deverá ou não observar;
- ✓ Realizar observações aleatórias seguidas de observação participante moderada, passiva e / ou ativa;
- ✓ Iniciar os registros etnográficos das observações, entrevistas, encontros coletivos, rituais e situações que permitam avaliar diferenças, semelhanças e contrastes do objeto pesquisado;
- ✓ Descrever e classificar os domínios culturais importantes que predominam no contexto observado;
- ✓ Fazer um inventário regular [depende do tempo que irá ficar em campo] do que foi realizado em termos de coleta de dados do ambiente e dos sujeitos do estudo [identificado, observado, fotografado, entrevistado];
- ✓ Fazer a análise do material coletado e iniciar a elaboração do texto etnográfico com um sumário que permita visualizar: a experiência e descrição da pesquisa no olhar do pesquisador; a apresentação histórica, geográfica e social do local; a apresentação dos atores sociais; e finalmente a análise dos discursos coletados à luz do contexto observado, da literatura pertinente ao tema e do ‘olhar’ dos atores sociais.

Todas estas etapas, importantes no processo de pesquisa antropológica, traz a tona à discussão sobre a questão da subjetividade das relações entre pesquisadores e atores sociais, que de tão próximas podem dificultar a objetividade dos encaminhamentos necessários a um estudo científico. Entretanto, como afirma Bourdieu (1973, p. 184²³), em seu clássico estudo sobre as relações interpessoais durante uma pesquisa de campo: “as relações interpessoais numa pesquisa nunca são apenas relações de indivíduos e a verdade da interação não reside inteiramente na interação. É a posição presente e passada na estrutura social que os indivíduos trazem consigo em forma de *habitus* em todo o tempo e lugar, que marca a relação”. Ou seja, não são as relações interpessoais que vão prejudicar uma pesquisa científica, os obstáculos de um estudo de natureza etnográfica, qualitativa e com uma relação forte entre pesquisadores e atores e sociais estão relacionados, ainda segundo Bourdieu (*idem*), a:

- ✓ Ilusão da transparência dos dados;

- ✓ A falta de compreensão teórica do pesquisador para detectar a fidedignidade do material coletado;
- ✓ A junção e síntese das teorias aos achados em campo e documentais.

Para a superação destes obstáculos, recomendamos o enriquecimento pela leitura na busca das significações e sentidos subjacentes as falas, aos comportamentos e às relações que os pesquisadores precisam apreender para a compreensão dos contextos culturais, analisados à luz da reflexão pessoal associada aos caminhos teóricos selecionados para a transformação de dados brutos em descobertas científicas (MINAYO, 2007).

4. Considerações finais

Queremos fazer o fechamento deste artigo frisando, sobretudo que trabalhar com a Antropologia no Turismo e em particular com seu conceito de cultura e com os instrumentos e técnicas de pesquisa etnográfica – a etnopesquisa, não é uma panacéia para as pesquisas que podemos desenvolver nesta área jovem das Ciências Sociais Aplicadas.

Embora as dificuldades sejam grandes, principalmente porque os antropólogos são acusados muitas vezes de ‘falar sem provas’ ou testes estatísticos, as pesquisas desta natureza quando realizadas a partir de uma proposta consistente teoricamente, são fadadas ao sucesso. E como isto ocorre? Quando a metodologia é descrita fielmente em suas etapas de realização com a descrição dos métodos de coleta de dados e de interpretação, validade interna (credibilidade e autenticidade), validade externa (discussão dos dados com os atores sociais e com outros pesquisadores da área), utilização e aplicação dos dados de forma responsável e ética.

Isto significa dizer, que mesmo no Turismo, uma área em que a prática tem sido a marca de sua presença no mundo acadêmico, não se deve utilizar da pesquisa antropológica, etnográfica ou etnopesquisa para fazer uma mera descrição prática ou tentar respaldar uma avaliação para torná-la um produto de consumo turístico. A idéia é ir adiante da mera produção de respostas imediatas aos problemas que temos hoje no Turismo. Queremos com mais este instrumento, inserir no Turismo uma prática reflexiva e engajada de pesquisa, de modo a aumentar nossa capacidade de produzir conhecimento, caminhando além da produção prática de serviços e produtos materiais para um *trade*, para chegarmos à produção de práticas de serviços e produtos sociais para o mundo.

REFERÊNCIAS

- ¹ LÖFGREN, O . **On Holiday – A History of Vacationing**. California: University of California Press, 1999.
- ² WITHEY, L. **Grand Tours and Cook's Tours. A History of Leisure Travel, 1750 to 1915**. New York: Morrow, 1997.
- ³ BOYER, M. **L'invention du Tourisme**. Paris: Découvertes/Galimard, 1996.
- ⁴ FEIFER, M. **Tourisme in History: From Imperial Rome to the Present**. New York: Stein and Day, 1985.
- ⁵ ANDRADE, V. R. P. **Cidadania: do Direito aos Direitos Humanos**. São Paulo: Acadêmica, 1993.
- ⁶ DONAIRE, J. A . La Geografía del Turismo Después del Fordismo: Turistas en las Fabricas, Turistas en los Centros Comerciales. **Sociedade e Território**. Porto, nº 28, ago. 1998. p. 55 – 68.
- ⁷ DO CARMO, E. S. **Análise Histórico-Espacial do Fenômeno Turismo em uma Perspectiva Filosófica**. 2000. 129 f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria)– Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú. 2000.
- ⁸ CAMPÊLO, A . **Antropologia e Turismo. O Autêntico e o Banal: Como Descrever a Experiência Turística?** Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2000. Disponível em: <<http://www.ufp.pt/units/ceaa/turismo2.htm>>. Acesso em: 06 mar. 2001.
- ⁹ SILVA, Y. F. e. Pobreza, Violência e Crime – Conflitos e Impactos Sociais do Turismo Sem Responsabilidade Social. In : XXII Reunião Brasileira de Antropologia. Fórum de Pesquisa 21: Antropologia e Turismo, 16 – 19 de julho de 2000, Brasília. **Texto Completo em CD-ROM**. Brasília: Associação Brasileira de Antropologia, 2000.
- ¹⁰ CUCHE, D. **A Noção de Cultura nas Ciências Sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.
- ¹¹ RIFIOTIS, T. Mini-curso: Antropologia e Ergonomia. Fundamentos Antropológicos. In: 4º Congresso Latino Americano de Ergonomia. **Texto Completo em CD-ROM**. Florianópolis, 1998. Disponível em: <<http://www.cfh.ufsc.br/~ciber/ant5203/fundamentos.html>>. Acesso em : 05 dez. 2000.
- ¹² MAIA, A . L. M. Turismo Cultural: Um Desafio. **Revista Múltipla**. Brasília, ano 1, nº 1, 1996. Disponível em: <http://www.upis.br/revista_multipla/nr_001/almmaia.htm>. Acesso em: 06 mar. 2001.
- ¹³ BENEDICT, R. **Échantillons de Civilisations**. Paris: Galimard, 1976.
- ¹⁴ MEAD, M. **Moeurs er Sexualité en Océanie**. Paris: Plon, 1979.
- ¹⁵ LEVI-STRAUSS, C. **La Pensée Sauvage**. Paris: Plon, 1976.
- ¹⁶ GEERTZ, C. **Savoir Local, Savoir Global. Les Lieux du Savoir**. Paris: PUF, 1986.
- ¹⁷ AZZAN-JÚNIOR, C. **Antropologia e Interpretação – Explicação e Compreensão nas Antropologias de Lévi-Strauss e Geertz**. Campinas: UNICAMP, 1993.
- ¹⁸ BOURDIEU, P. **Lê sens pratique**. Paris: Minuit, 1980.
- ¹⁹ BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP / Porto Alegre: ZOUK, 2007.
- ²⁰ MACEDO, R. S. **Etnopesquisa crítica, etnopesquisa – formação**. Brasília: Liber – Livro, 2006.

²¹ MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento – pesquisa qualitativa em saúde.** 10ªed. São Paulo: HUCITEC, 2007.

²² BEUAD, S. ;WEBER, F. **Guide de l'enquête de terrain – produire et analyser des données ethnographiques.** Paris: La Découverte, 2003.

²³ BOURDIEU, P. et al. **Lê métier de sociologue.** Paris: Mouton – Bordas, 1973.