

A Etnografia no Estudo Turismo sob a Perspectiva Antropológica

Rosana Eduardo da Silva Leal¹

Resumo

A principal finalidade do artigo é refletir sobre o papel do trabalho de campo antropológico para o estudo do turismo, tendo como foco de discussão a etnografia. Para tanto, tratará inicialmente do processo de consolidação e legitimação do método na Antropologia para, posteriormente, focalizar suas contribuições nos estudos da dinâmica turística em territórios, culturas e deslocamentos. Partimos do pressuposto de que a etnografia permite ao pesquisador vivenciar, participar e ser afetado pela rotina e dinâmica local, possibilitando um registro detalhado e sistematizado do contexto pesquisado. Além disso, tal recurso pode abarcar contextos ocidentais e não-ocidentais, urbanos e rurais, tradicionais e modernos, produzindo uma diversidade de olhares sobre os lugares e práticas turísticas. Por isso, conforme Pereiro (2010), o método pode ser utilizado como uma ferramenta de relativização cultural no âmbito turístico, na medida em que estuda os fatos em seu próprio contexto sociocultural, sob o ponto de vista nativo. Trata-se de um modo de investigação capaz de trazer à tona lugares, práticas, indivíduos, grupos, culturas e redes de relação sociais, que participam diferentemente do mercado turístico.

Palavras-chave: Pesquisa de campo antropológica. Turismo. Etnografia

O trabalho de campo antropológico

No fim do século XIX, a produção do conhecimento antropológico estava intrinsecamente vinculada aos viajantes da época. Naquele período, as investigações eram produzidas através de subdivisões de funções e tarefas que envolviam as figuras do observador, do pesquisador e do pesquisado. O trabalho de observação *in loco* e coleta de dados era realizado por viajantes, missionários e administradores que, posteriormente repassavam o material de pesquisa aos antropólogos situados nas metrópoles, responsáveis por analisar e interpretar os dados em seus respectivos gabinetes.

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal de Pernambuco. Docente do curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe. E-mail: rosanaeduardo@yahoo.com.br

Neste período, nada poderia garantir o *status* do antropólogo como intérprete de culturas exóticas em relação ao viajante, ao missionário e ao administrador. Tal legitimação só ocorreu a partir de Malinowski, que desempenhou papel fundamental na construção da autoridade etnográfica, na medida em que produziu uma ruptura metodológica ao defender a saída dos pesquisadores de seus gabinetes em busca do compartilhamento da intimidade dos pesquisados. Assim, com a institucionalização do trabalho de campo, a necessidade de diferenciar o conhecimento etnográfico das informações registradas por outros viajantes se fez cada vez mais presente, como estratégia de consolidação da investigação antropológica.

A viagem passou a fazer parte da pesquisa etnográfica, servindo como meio de acesso ao campo e envolvendo circunstâncias nem sempre fáceis e tranqüilas para os pesquisadores. Desde então, tais deslocamentos transformaram-se em um ritual de passagem, cuja função era a imersão total na cultura pesquisada, legitimando o sentido do “estar lá”. O trabalho de campo tornou-se um *habitus* dos antropólogos, resultante de um conjunto de disposições e práticas corporais, cujo corpo normativo logo buscou diferenciar-se das observações empreendidas pelas expedições ou viagens de reconhecimento. E por isso, qualquer tipo de parentesco ou semelhança com as narrativas de viagem passou a ser renegada, já que estas passaram a ser sinônimo de análises românticas, literárias e superficiais que traduziam as emoções, frustrações e toda sorte de experiências pessoais vividas pelos escritores.

A imersão no campo transformou-se em um elemento identitário da disciplina, tornando-se sinônimo de prática científica de aprendizagem profunda, prolongada e intensiva, pautada no ideal de residência temporária em um campo espacialmente delimitado. Sendo assim, no século XX, partir em direção a territórios longínquos em busca de conhecimentos sobre os modos de vida de povos exóticos tornou-se uma experiência profissional quase sagrada para os antropólogos, vivenciada e difundida por pesquisadores como Malinowski, Franz Boas, Margaret Mead, Geertz e tantos outros.

Longe de ser considerado como um conhecimento secundário, o trabalho de campo passou a ser visto como a base da pesquisa antropológica. E desde então, distanciou-se do modelo investigativo anterior, passando a reunir as figuras do teórico e do observador em um mesmo indivíduo, ou seja, o antropólogo. Tal pensamento produziu o nascimento da etnografia profissional, que passou a servir como artifício metodológico que promoveu o

encontro intersubjetivo entre o pesquisador e o campo de estudo, aproximando as teorias dos objetos investigados. O trabalho de campo tornou-se fundamental para a orientação deste entendimento, na medida em que possibilitou o diálogo entre os conceitos teóricos acumulados e a realidade pesquisada.

O método tornou-se uma experiência direta do mundo social, em que

o etnógrafo, ou a etnografia, participa, abertamente ou de maneira encoberta, da vida cotidiana de pessoas durante um tempo relativamente extenso, vendo o que passa, escutando o que se diz, perguntando coisas; ou seja, recorrendo todo tipo de dados acessíveis para poder lançar luz aos temas que ele ou ela elegeu estudar (HAMMERSLEY; ATKINSON, 1994, p. 15).

Ninguém antes de Malinowski havia se esforçado tanto em penetrar na realidade de povos pesquisados, ensinando várias gerações de antropólogos a olhar, escrever e restituir as cenas da vida cotidiana, transformando a Antropologia “(...) numa das disciplinas mais profundamente filosóficas, esclarecedoras e dignificantes para a pesquisa científica” (DA MATTA, 1987, p. 144). Para Malinowski, qualquer sociedade deveria ser estudada em sua totalidade no momento em que foi observada, sendo necessário observar fatos aparentemente minúsculos e sem importância, como meio fornecedor da compreensão do todo de uma dada sociedade estudada.

Conforme Peirano (1991), a antropologia talvez seja a mais artesanal e ambiciosa das disciplinas das ciências sociais, justamente por não prender-se a grandes teorias nem arcabouços teóricos. O conceito nativo ajuda a refletir e repensar os conceitos antropológicos, servindo também para reavaliar as categorias existentes. Por isso, a Antropologia não pode ser reproduzida como uma ciência com paradigmas estabelecidos. Esta precisa ser considerada pela maneira peculiar de ligar teoria e pesquisa, uma vez que o estranhamento experimentado diante do contato com o “outro” é o momento em que se dá a auto-reflexão e o confronto com o arcabouço teórico.

De acordo com Geertz (1978), a importância da etnografia está na sua complexidade que permite atualizar as teorias na medida em que são observadas na prática. Tal método está pautado na imersão no campo investigado em que o pesquisador vivencia, participa e é afetado pela rotina e dinâmica sociocultural local, possibilitando um registro detalhado e sistematizado de práticas e interações sociais que ocorrem no cotidiano pesquisado. Para

tanto, utiliza-se de uma extensa variedade de fontes de informação, utilizando-se para isso uma gama de técnicas de pesquisa (observação participante, aplicação de questionários, análise de arquivos, entrevista, história de vida, gravação áudio-visual, pesquisa documental e bibliográfica).

O trabalho de campo antropológico não consiste apenas em coletar informações, mas de impregnar-se do contexto social pesquisado, como estratégia de conhecimento sobre a cultura estudada. Neste âmbito, o pesquisador precisa compartilhar da vida social dos indivíduos ou grupos estudados “(...) de modo artesanal e paciente, dependendo essencialmente de humores, temperamentos, fobias e todos os ingredientes das pessoas e do contato humano” (DA MATTA, 1978, p. 27).

Por isso, como esclarece Peirano (1992, p. 09)

(...) não há como ensinar a fazer pesquisa de campo como se ensina, em outras ciências sociais, métodos estatísticos, técnicas de *surveys*, aplicação de questionários. Na Antropologia a pesquisa depende, entre outras coisas, da biografia do pesquisador, das opções teóricas da disciplina em determinado momento, do contexto histórico mais amplo e, não menos, das imprevisíveis situações que se configuram no dia-a-dia no local da pesquisa, entre pesquisador e pesquisados.

Nas palavras de Da Matta, o ofício do antropológico está diretamente vinculado ao concreto, ao específico. Trata-se de um modo de “enxergar, perceber, estudar, classificar, interpretar”, a partir de um conhecimento teórico-intelectual – sustentado por uma experiência pessoal, existencial e prática – que pode proporcionar uma visão holística. Desse modo, as experiências vividas pelos pesquisadores constituem elementos importantes no processo investigativo, já que estes se tornam participantes dessa investigação (HAMMERSLEY; ATKINSON, 1994, p. 32).

Como esclarece Peirano (1992), a pesquisa de campo revela não *ao* pesquisador, mas *no* pesquisador o resíduo incompreensível, porém significativo, entre os dados repassados pelos informantes e a observação do etnógrafo. O que demonstra que, as impressões resultantes da experiência de campo não são apenas recebidas pelo intelecto, mas exercem um impacto na personalidade do pesquisador, fazendo com que diferentes culturas se comuniquem na experiência singular de uma única pessoa.

O método etnográfico no estudo do turismo

Após a Segunda Guerra Mundial, as ex-colônias situadas no Caribe, África e Ásia foram aconselhadas a assimilar o turismo como atividade econômica local, constituindo-se como fonte de geração de divisas e empregos. Os primeiros estudos antropológicos sobre o turismo, iniciados em 1960, buscaram analisar justamente os impactos causados nesta relação entre as ex-colônias e os centros geradores de fluxos turísticos. As primeiras incursões etnográficas tinham também como mote o processo de aculturação resultante da presença dos turistas nos respectivos territórios, sendo o livro *Host and guest: the anthropology of tourism* de Valene Smith emblemático neste aspecto, principalmente por ter agrupado um conjunto de estudos etnográficos que seguiam esta ótica.

Para Pinto e Pereiro (2010, p.219), desde então as pesquisas etnográficas têm contribuído sobremaneira para o refinamento da pesquisa qualitativa no turismo, na medida em que possibilitam uma melhor compreensão da natureza dinâmica, processual e sistêmica da atividade, ajudando a compreender modelos que diferem da égide do mercado turístico. Tais investigações abarcam contextos ocidentais e não-ocidentais, urbanos e rurais, tradicionais e modernos, produzindo uma diversidade de olhares sobre os lugares e práticas turísticas. O que possibilita trazer à tona realidades distintas do eixo clássico – que envolve Estados Unidos e Europa – justamente porque “(...) os antropólogos também realizaram pesquisa participante entre turistas chineses, japoneses, coreanos, laosianos, indonésios, indianos, brasileiros, mexicanos e do Oriente Médio, tanto em viagens nacionais quanto internacionais” (GRABURN, 2009, p. 14).

A etnografia pode ser utilizada como uma opção metodológica que vai de encontro a modelos desumanizados, superficiais e estéreis de investigação, transformando-se em uma ferramenta de relativização cultural, na medida em que estuda os fatos em seu próprio contexto, a partir do ponto de vista nativo (PEREIRO, 2010). Além disso, pode contribuir também para a compreensão dos elementos materiais e simbólicos que envolvem as formas de manipulação e resistência; bem como contrastes, conflitos e assimetrias no interior da atividade turística. O método

(...) aprofunda a relativização dos pontos de vista culturais, das relações recíprocas inerentes a cada grupo e das diferenças estratégicas de decisão dos atores, além de tornar possível considerar o caráter não-racional de boa parte dos comportamentos *nas e das* sociedades, de grupos e de instituições envolvidas (SANTANA, 2009, p. 22-23).

Conforme pontua Graxiola (2008, p. 202), o olhar relativista diante do turismo desenvolveu-se, sobretudo, a partir da escola israelita de Eric Cohen, a escola francesa de Jean Didier Urbain, a corrente anglosaxônica de Daniel Boorstins, bem como os estudos empreendidos por Jost Krippendorf e John Urry. Tais correntes teóricas privilegiaram análises qualitativas e interpretativas nos estudos referentes ao planejamento turístico, às políticas públicas, o mercado e as comunidades locais, assumindo uma dimensão holística que evidenciam aspectos políticos, culturais, ideológicos, econômicos e sociais. Nesta perspectiva, o *outro* passa a ser o turista, o hóspede, as populações indígenas, os visitantes ou anfitriões (SANTANA, 2009, p.21).

Nesse sentido, o trabalho de campo antropológico possibilita dar a ver pessoas, experiências, redes sociais e sistemas de trocas, que passam despercebidos dos olhares *de longe e de fora* de outros modelos metodológicos, tornando-se também um meio de dar voz às populações nativas que viabilizam e protagonizam o desenvolvimento turístico em seus territórios. Tal modo de investigação é capaz de recuperar e trazer à tona atores, deslocamentos e redes de relação sociais, que participam diferentemente do mercado turístico, abarcando também fenômenos sociais não-institucionalizadas inscritos no cotidiano, como demonstra o estudo de Cohen sobre o mercado informal de pacotes turísticos em Israel e a rede de turismo sexual na Tailândia.

Desse modo, a contribuição principal da antropologia para os estudos do turismo reside na conjugação da descrição etnográfica com uma abordagem teórica compreensiva, o que permite delinear um modelo metodológico totalizador do sistema turístico com vistas a superar as visões redutoras que confinam suas múltiplas dimensões e conseqüências em cunhos limitados como 'setor', 'indústria' ou 'negócio' (PINTO; PEREIRO, 2010, p. 225).

Nos estudos vinculados aos deslocamentos turísticos, por exemplo, o olhar etnográfico pode dar visibilidade a espaços de circulação transitória que acolhem provisoriamente os que estão em trânsito, transformando interiores de meios de transportes, postos de gasolina, meios de hospedagem, rodoviárias e aeroportos em importantes espaços de pesquisa, inserindo-se no

que Augé (2007) intitula de Antropologia da Mobilidade. Tais pesquisas podem privilegiar o *antes*, o *durante* e o *depois* da viagem e, conforme os objetivos da investigação, trabalhar com distintos instrumentos de coleta de dados.

O método etnográfico pode ainda servir como recurso de apoio à Antropologia Aplicada, servindo como ferramenta para a concretização de ações, pesquisas, projetos e políticas promovidas por instituições públicas e privadas. Além de embasar ações de associações não-governamentais destinadas à busca de um turismo responsável e sustentável, tornando-se um importante auxílio no processo de planejamento. Isso porque,

o planejamento do turismo tem estado, historicamente, balizado por teorias e práticas da área administrativa e por técnicas publicitárias e de *marketing*; as primeiras desenvolvendo projeções futuras com base nas tendências de mercado, e as segundas criando hábitos de consumo (BARRETTO, 2003, p.22).

Na opinião de Santana (2009, p.20-21), a Antropologia Aplicada pode aproximar a academia de outros setores da sociedade, auxiliando em planos de desenvolvimento; soluções de conflitos; identificação de recursos; criação de produtos e revitalização de destinos. Trata-se de um diálogo entre o *fazer* e *refletir* que, conforme Barretto, ainda encontra-se pendente. Como indica a autora, “dada à escassez de estudos, ainda não parece haver um corpo suficiente de comparações para que nosso trabalho possa ser classificado propriamente de antropologia aplicada” (2006, p. 12).

A abordagem etnográfica vem sendo aplicada em estudos sobre temas como a construção e invenção de culturas; as práticas sociais entre população local, profissionais e turistas; o *marketing* turístico; o papel dos mediadores (imagens, guias, agências); a análise dos visitantes; a presença dos turistas nas comunidades residentes; a relação entre indivíduos, comunidades e instituições; a transformação dos recursos naturais e culturais em produtos turísticos e o turismo como sistema promotor de significantes culturais em âmbito global (PEREIRO, 2010, p. 180-181).

Na relação global-local os lugares turísticos são pensados como parte de uma estrutura transnacional perpassada por fluxos de pessoas, mercadorias, imagens, finanças e tecnologia (Appadurai, 1998), sendo o estudo comparativo utilizado “(...) como um recurso para a avaliação e mesura da atividade turística em diversos contextos empíricos, notadamente com ênfase nos seus efeitos na sociedade receptora” (PINTO; PEREIRO, 2010, p. 222). Trata-se

de uma metodologia que serve para confrontar sociedades, costumes, instituições, práticas e modelos turísticos em áreas geográficas distintas.

A pesquisa contemporânea situa o desenvolvimento do turismo em relação ao nexo local-global, revelando que as repercussões das relações pós-coloniais e as interações decorrentes com os turistas se tornam muito mais complexas em virtude de redes intersetoriais e intermediárias, assim como os circuitos globais de capital simbólico, cultural e econômico (MEETHAN, 2001; NESS, 2003 apud GRABURN, 2009, p.20).

Os dados coletados em campo muitas vezes ajudam a repensar a condução do turismo em determinados contextos estudados. Tal situação foi relatada por Pereiro (2010, p. 184) em seu estudo desenvolvido no território indígena Kuna Yala, situados na costa do Caribe panamenho. Trata-se de uma comunidade tradicional que vem conduzindo e controlando o desenvolvimento turístico em sua localidade, a partir de um modelo etno-ecoturístico que resiste ao paradigma do turismo de massa. Conforme explicou o autor, a referida investigação tornou-se um guia para as autoridades, associações e negócios turísticos locais, ajudando a planejar o futuro da atividade. Isso porque, a escrita etnográfica também se apresenta como um mecanismo de fixação de acontecimentos e práticas, que poderão ser pesquisados e comparados posteriormente. Sendo esta uma inscrição de um discurso social repleto de significados, que poderá inclusive contribuir para entender outras dinâmicas culturais em outros espaços geográficos distintos.

A experiência de Edward Bruner pode ser citada como uma situação exemplar de uso da etnografia no turismo. O pesquisador, um antropólogo americano que desenvolveu estudos etnográficos na Indonésia por alguns anos, foi contratado por uma agência de viagem para atuar como guia de turismo na década de 1980, devido o seu conhecimento teórico e empírico sobre a realidade local. Seu papel constituiu-se em fazer uma leitura formal e interpretativa do que havia estudado sobre o lugar e sobre as pessoas, esclarecendo os questionamentos dos visitantes e acompanhando-os nos itinerários para transmitir informações sobre os ambientes visitados. Os grupos que conduzia eram formados por profissionais com formação universitária, bem como americanos de classe média alta, com faixa etária acima de cinquenta anos. Tratava-se de experientes viajantes que, em muitos casos, já haviam participado de itinerários turísticos nos moldes do que estava sendo proposto.

Conforme salienta Bruner (2005, p.01) trabalhar como guia transformou-se em uma ferramenta metodológica fundamental para sua pesquisa, na medida em que pôde estudar o turismo sob o ponto de vista etnográfico, mediante sua participação integral nos itinerários de visitação e sua interação com os grupos de turistas. Durante os passeios, Bruner estava durante todo o tempo com seus interlocutores, podendo conversar, ouvir, comer e observar os comportamentos e reações dos participantes. E ao retornar para a casa costumava escrever suas percepções acerca dos acontecimentos vividos em campo. Para ele, sua presença entre os grupos representava uma simultânea dualidade de papéis, na medida em que se situava ora como antropólogo ora como guia.

Durante os percursos, havia por parte do antropólogo a necessidade em utilizar seu ofício de guia para promover uma auto-reflexão dos participantes enquanto turistas, bem como esclarecer de que forma a indústria do turismo se faz presente no mundo contemporâneo, a partir de uma leitura antropológica crítica. Nos passeios, o pesquisador também promovia momentos de análise acerca do processo de manipulação das manifestações culturais, que eram constantemente promovidas como “autênticas” e transformadas em atrações turísticas. Como esclarece o respectivo autor:

As danças javanesas e balinesas, bem como todas as *performances* culturais, eram vistas como replicas da vida num presente etnográfico estático, sem história, sem agência, sem contexto. Minha narrativa, o qual esperava compartilhar com os turistas, era examinar as atrações turísticas não pelo que elas tinham assumido para representar, mas pelo que elas atualmente eram² (BRUNER, 2005, p.04).

A atitude em campo do pesquisador foi uma tentativa de trazer à tona, diante dos olhos dos visitantes, o processo de construção de uma autenticidade encenada na perspectiva de MacCannell (2003). Como o próprio autor explica: “meu objetivo era engajar os turistas em um diálogo do qual eles pudessem pensar de maneira mais profunda sobre conceitos como tradição, cultura e representação. Eu queria que eles se tornassem mais reflexivos sobre suas experiências turísticas³” (BRUNER, 2005, p. 03). Tal intervenção logo lhe causou transtornos junto à empresa que havia lhe contratado, cuja alegação era de que sua postura tornara-se inadequada ao perfil de guia desejado, demitindo-o posteriormente.

² Tradução da autora

³ Tradução da autora

O conflito vivido pelo pesquisador apresentou-se como modo exemplar de identificação das distintas mentalidades que constitui as concepções mercantis da indústria turística e a visão antropológica sobre o fenômeno. Conforme Graburn (2002) há outras barreiras na pesquisa de campo antropológica que são decorrentes da própria especificidade da experiência turística. A curta permanência dos participantes nos ambientes visitados dificulta, muitas vezes, o aprofundamento da observação etnográfica e o esclarecimento de questões sinalizadas pelos interlocutores – já que quase sempre não há a possibilidade de acesso posterior aos pesquisados, posto que estes logo se dispersam e retornam ao ambiente de origem – situação que inviabiliza, em grande medida, a compreensão do papel da viagem num contexto mais amplo da vida cotidiana desses indivíduos.

Outro fator que podemos citar é a dificuldade em acessar os indivíduos durante eventos, visitas e itinerários turísticos, pelo incômodo causado nos visitantes em ter que parar suas atividades para dar atenção aos pesquisadores, o que muitas vezes produz a indisposição dos pesquisados em ser observados, entrevistados ou fotografados. Graburn (2002) acrescenta ainda que, as mudanças que ocorrem no comportamento do turista durante a viagem alteram o estado de consciência, distanciando-os das características pessoais cotidianas. Estes podem apresentar temperamentos divergentes, bem como sentimentos distintos que resultam em respostas confusas e distanciadas da realidade vivida.

Referências bibliográficas

APPADURAI, Arjun. “Disjunção e diferença na economia cultural global” In: Featherstone, Mike (coord.). *Cultura Global: nacionalismo, globalização e modernidade*. 2.ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1998, p.311-327.

ARAÚJO, Silvana Miceli. “Artifício e autenticidade: o turismo como experiência antropológica”. In: BANDUCCI JR, Álvaro; BARRETTO, Margarita (orgs.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. 5ª Ed. Campinas, SP: Papirus, 2006, pp.49-63.

AUGÉ, Marc. “Voyage et ethnographie. La vie comme recit”. *L’Homme*. Vol. 39, n.151, 1999, pp.11-19.

_____. *Por una antropología de la movilidad*. Barcelona: GEDISA, 2007.

BANDUCCI JR., Álvaro. “Turismo e Antropologia no Brasil: estudo preliminar”. In: Banducci Jr., Álvaro; Barretto, Margarita (orgs.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. 5ªed. Campinas, SP: Papirus, 2006, pp. 21-47.

BARRETTO, Margarita. “Introdução”. In: BANDUCCI JR, Álvaro; BARRETTO, Margarita (orgs.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. 5ª Ed. Campinas, SP: Papirus, 2006, pp.07-20.

_____. “O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo”. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 09, n.20, outubro de 2003, p. 15-29.

BRUNER, Edward. *Culture on Tour: ethnographies of travel*. Chicago: University of Chicago Press, 2005.

CLIFFORD, James. *Itinerarios transculturales: El viaje y la traducción a fines del siglo XIX*. Barcelona: Gedisa, 1999.

DA MATTA, Roberto. “O ofício do etnólogo, ou como ter ‘antropological blues’”. In:

_____. *Relativizando: um introdução à antropologia social*. 6ª ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.

GALANI-MOUTAFI, Vasiliki. “The self and the other: traveler, ethnographer, tourist”. In: *Annals of Tourism Research*, Vol.27, No.01, 2000, pp.203-224.

GEERTZ, Clifford. “Por uma Teoria Interpretativa da cultura”. In: *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

GRABURN, Nelson. “Antropologia ou antropologias do turismo?”. In: GRABURN, Nelson (orgs.). *Turismo e Antropologia: novas abordagens*. Campinas, SP: Papirus, 2009, pp. 13-52.

_____. “The Ethnographic Tourist”. In: DANN, Graham M.S (orgs). *The tourist as a Metaphor of the Social World*. Wallingford, UK: CAB International, 2002, pp. 19-40.

GRAXIOLA, Napoleón Conde. “¿Es posible una teoría hermenéutica dialéctica en el estudio del turismo?”. In: *Teoria y praxis*, N. 5, 2008, p. 197-211.

HAMMERSLEY, Martyn; ATKINSON, Paul. *Etnografía: métodos de investigación*. Barcelona, Paidós, 1994 [1983].

MACCANNELL, Dean. *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina, 2003 [1976].

NASH, Dennison. *Anthropology of tourism*. New York: Pergamon, 1996.

ORTIZ, Renato. *Um outro território: ensaios sobre a mundialização*. São Paulo: Olho D'Água, 1996.

PEIRANO, Mariza. “Os antropólogos e suas linhagens”. *RBCS*, vol. 16, ano 06, julho, 1991.

_____. *A favor da Etnografia*. Série Antropologia 130. Universidade de Brasília, Instituto de Ciências Humanas, Departamento de Antropologia, 1992.

PEREIRO, Xerardo. “Ethnographic Research on Cultural Tourism: an Anthropological View”. In: RICHARDS, G.; MUNSTERS, W. *Cultural Tourism Research Methods*. Wallingford: CABI Publishing, 2010.

PINTO, Roque; PEREIRO, Xerardo. “Turismo e Antropologia: contribuições para um debate plural”. In: *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Nº 13, 2010, pp.219-226.

SANTANA, Agustín. *Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações*. São Paulo: Aleph, 2009

URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. 3ª Ed. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 2001.