

A CRIAÇÃO DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA SOB A PERSPECTIVA FOUCAULTIANA

GABRIEL BRIOSCHI CALIMAN

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO ESPÍRITO SANTO (IFES)

DANIEL LANNA PEIXOTO

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO ESPÍRITO SANTO (IFES)

PAOLA BRUSCO RIBETA

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO ESPÍRITO SANTO (IFES)

Agradecimento à orgão de fomento:

O segundo autor agradece à Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (FAPES) pela concessão de bolsa pesquisador produtividade.

A CRIAÇÃO DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA SOB A PERSPECTIVA FOUCAULTIANA

INTRODUÇÃO

A experiência turística é definida por Pezzi e Vianna (2015) como o afastamento da realidade cotidiana, quando o indivíduo se submete a vivências sociais fora de sua rotina habitual. Durante esse processo, práticas sociais distintas são experimentadas sob influências multilaterais. Minca e Oakes (2018) argumentam que os destinos turísticos funcionam como ambientes biopolíticos, onde corpos e identidades são disciplinados por meio de práticas discursivas. Assim, a experiência turística deixa de ser um fenômeno espontâneo e passa a integrar “uma série de elementos que operam no interior do mecanismo geral do poder” (Foucault, 2015a, p. 248).

Portanto, a produção da experiência turística é resultado da atuação de múltiplos agentes, responsáveis pela organização, oferta de serviços e construção de narrativas sobre os destinos. O turismo configura-se como uma prática permeada por relações de poder, onde discursos e normas institucionalizadas moldam concepções e vivências (Neuhofer; Buhalis; Ladkin, 2012).

Sob essa perspectiva, este ensaio compreende a experiência turística não como um fenômeno neutro, mas como um campo de disputas simbólicas e discursivas. Diante disso, questiona-se: como a experiência turística é construída a partir das relações de poder e das práticas discursivas que envolvem os agentes responsáveis pela sua organização? Em vista desse problema, o objetivo deste ensaio é discutir a concepção e o papel dos agentes envolvidos na criação da experiência turística sob a perspectiva foucaultiana, enfatizando os mecanismos de normalização e controle que permeiam o turismo.

Assim sendo, elegeu-se o arcabouço teórico de Michel Foucault, pois permite compreender o dinamismo das relações de poder e os mecanismos de normalização que influenciam tanto a prestação quanto o usufruto da experiência. Com isso, busca-se ampliar a literatura acadêmica em um campo ainda pouco explorado, oferecendo um olhar crítico sobre as relações que norteiam o comportamento dos agentes envolvidos nas práticas turísticas (Silva; Tricárico; Silva, 2024).

As seções iniciais deste ensaio contextualizam o turismo e a experiência turística, considerando seus aspectos sociais e espaciais, assim como os agentes que os influenciam. Em seguida, explora-se o pensamento de Michel Foucault, enfatizando seus conceitos fundamentais e sua aplicabilidade na análise das relações de poder no turismo. Posteriormente, examina-se a experiência turística sob a perspectiva foucaultiana, destacando os mecanismos de normalização e controle. Por fim, são apresentadas as considerações finais, ressaltando os principais pontos discutidos ao longo do estudo e os avanços alcançados.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

TURISMO E SUAS DINÂMICAS DE SIGNIFICAÇÃO DE CONSUMO

O turismo, observado como uma tendência social, sofre influências de atores e suas perspectivas, sendo analisado nas pesquisas científicas em uma vasta diversidade de contextos (Irving et al., 2005; Suassuna, 2007; Corbari; Ferreira, 2019; Oliveira; Diógenes; Almeida, 2021).

De maneira geral, o turismo é compreendido como uma atividade humana baseada no deslocamento, caracterizada pela mudança geográfica e pela transformação momentânea dos

hábitos. Esse processo não apenas representa uma reconfiguração espacial, mas também uma alteração na forma de interagir com o ambiente. Assim, o turista afasta-se temporariamente do espaço de convivência habitual para experimentar uma nova realidade, permeada por tradições e discursos distintos de sua rotina (Duhamel; Sacareau, 1998; Equipe MIT, 2002; Silva, 2025).

Tendo isso em vista, o discurso turístico desempenha um papel fundamental na construção dessas experiências, uma vez que agentes, incluindo organizações, atuam nos processos de representação do espaço, elaborando construções simbólicas (Baldissera, 2010; Carneiro; Allis, 2021). O consumo turístico, nesse sentido, manifesta-se por meio da apropriação efêmera do território, dos recursos e dos saberes oferecidos por uma comunidade, tornando-se um fator essencial na dinâmica da atividade turística (Santos, 2014; Sousa; Silva, 2025).

Além disso, por demandar um nível estruturado de organização, o turismo orienta-se pelas necessidades e expectativas dos agentes envolvidos, sendo moldado de acordo com ações que buscam equilibrar as ofertas e as demandas do setor (Dreher; Salini, 2010; Palafóz, Santos, 2023). Nesse panorama, Pine e Gilmore (1999), assim como Paixão e Cordeiro (2021), destacam que a experiência vivenciada pelo turista se tornou um diferencial competitivo, capaz de proporcionar momentos marcantes e impulsionar a inovação no oferecimento de serviços.

A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

Diante da crescente competitividade do setor turístico em um mundo globalizado, os destinos enfrentam desafios complexos na busca pela diferenciação e na criação de experiências que atendam às expectativas dos turistas. A valorização da experiência turística tem se consolidado como um fator essencial na estruturação e divulgação de sua oferta, uma vez que a experiência vivenciada pelos visitantes não se resume apenas à contemplação de paisagens ou monumentos, mas envolve interações e emoções que moldam percepções e memórias (Larsen, 2007; Mendes; Guerreiro; Matos, 2016; Pedro et al., 2021).

Walls et al. (2011) e Bernaki e Marso (2023) contestam a visão de que a experiência turística é exclusivamente moldada pelos agentes que a oferecem, argumentando que o turista não é um consumidor passivo, mas um participante ativo na construção da própria vivência. O autogerenciamento da experiência, no qual o turista, por meio do exercício do discurso assume um papel ativo na condução e influência da própria experiência, reforça a ideia de que os indivíduos desenvolvem vínculos afetivos mais intensos com atividades que participam, em comparação com aquelas em que atuam exclusivamente como observadores. Dessa forma, o turista constrói um espaço de experiência próprio, ajustado à sua compreensão, motivação e expectativas antecipadamente estruturadas nos discursos turísticos (Suvantola, 2002; Park; Santos, 2016; Bernaki; Marso, 2023).

Com o avanço tecnológico, a participação dos turistas na construção da própria experiência se tornou ainda mais evidente. Segundo Neuhofer, Buhalis e Ladkin (2012) e Bernaki e Marso (2023), os turistas assumem um papel ativo na cocriação de experiências, adaptando suas escolhas conforme compreensões sociais previamente validadas por discursos. A criação de valor nos destinos turísticos está diretamente ligada à capacidade dos gestores em facilitar as interações entre turistas e o ambiente visitado (Prahalad; Ramaswamy, 2004; Bernaki; Marso, 2023).

No contexto da gestão, os *stakeholders*, agentes centrais na criação e oferecimento do turismo, são responsáveis por planejar, estruturar e operacionalizar as experiências. As entidades que compreendem esse conjunto são o setor público, representado por organizações governamentais e órgãos reguladores que estabelecem políticas e desenvolvem infraestrutura; o setor privado, composto por empresas de hotelaria, transporte e entretenimento; e a sociedade civil, que

abrange comunidades locais e organizações que influenciam e são impactadas pelo turismo (Körössy; Holanda; Cordeiro, 2023; Stofel; Silva; Silva, 2024).

Tais agentes perpetram seus interesses sob a criação da experiência turística desempenhando um papel fundamental como atores ativos e interessados em promover um ambiente desenvolvimentista. Esse papel é crucial para impulsionar o crescimento econômico regional, garantindo que a atividade turística crie impactos positivos na comunidade e nos visitantes (Emmendoerfer, 2023; Stofel; Silva; Silva, 2024).

No entanto, a falta de articulação entre os órgãos responsáveis e a ausência de mecanismos eficientes de controle e acompanhamento podem comprometer a qualidade da experiência oferecida (Silva; Santos, 2023; Stofel; Silva; Silva, 2024). A criação de um ambiente cooperativo entre os *stakeholders* é essencial para garantir a eficiência das políticas e estratégias de turismo, assegurando que os destinos se mantenham competitivos no mercado global, buscando atender às expectativas dos turistas contemporâneos, que exercem poder por serem os indivíduos que garantem a manutenção do setor turístico (Stofel; Silva; Silva, 2024).

Ampliando tal narrativa, observa-se que a atividade turística depende da atuação conjunta de diversos agentes para o seu desenvolvimento, o que reforça a importância do planejamento colaborativo. Dessa forma, a cooperação entre poder público, setor privado, moradores locais e instituições de ensino e pesquisa é essencial para alcançar resultados positivos, especialmente para a comunidade local, que tem seu espaço visitado e sua cultura compartilhada (Camargo et al., 2021).

Diante do exposto por Camargo et al. (2021), os agentes envolvidos na criação da experiência turística são peças fundamentais para a gestão do turismo em nível local e regional, sendo responsáveis por estabelecer padrões que possibilitam o uso dos espaços, beneficiando diferentes esferas da comunidade. Nesse sentido, a participação direta da comunidade na organização do turismo tende a destacar valores comunitários, buscando fortalecer o sentimento de pertencimento por meio da valorização de interesses endógenos dos indivíduos locais. Essas identidades, além de constituírem o elemento cultural, tornam-se também atrativos turísticos socialmente construídos e simbolicamente representados (Barbosa-Caracas, 2011; Camargo et al., 2021).

A PERSPECTIVA DE MICHEL FOUCAULT

Michel Foucault, arqueólogo do saber e filósofo francês, produziu uma série de obras que estruturam questionamentos acerca das relações de poder e sua utilização como meio de controle social (Silva; Tricário; Silva, 2024).

Para Marinho (2024), na sociedade do controle, o discurso “verdadeiramente genuíno” deixa de ser exclusivo do indivíduo que ocupa o papel de soberano, deslocando-se para cada indivíduo e suas relações. Nessa perspectiva, Trajan (2023) contextualiza que o poder não se organiza como uma estrutura fixa, ou como uma relação hierárquica entre o seu possuidor e aqueles que não o detêm. Imersos no exercício de poder estudado por Michel Foucault, Marinho (2024) e Trajan (2023) ampliam a contextualização do poder sob a perspectiva foucaultiana, tal qual o pensamento original podemos acompanhar a seguir:

Na vida cotidiana, nas relações entre sexos, nas famílias, entre os doentes mentais e as pessoas sensatas, entre os doentes e os médicos, enfim, em tudo isso, há inflação de poder; Dito de outro modo, a inflação de poder, em uma sociedade como a nossa, não tem origem única (Foucault, 2015a, p. 226).

Segundo Arcelo e Gontijo (2023), a filosofia de Foucault sustenta que o poder não deve ser compreendido como uma ação passível de posse, mas como um mecanismo operacional que

atravessa as relações humanas em sua microfísica, moldando os espaços político-sociais e configurando dinâmicas de coerção. Foucault analisa o poder em um campo acêntrico, marcado por múltiplas relações sociais onde o poder não reside em indivíduos específicos, mas se manifesta nas relações sociais.

Analisado sob a ótica genealógica, o poder tem capacidade de produzir efeitos e influenciar comportamentos, pode ser exercido em meios discursivos, utilizando a força da razão para estabelecer obrigações, de modo a submeter o indivíduo a agir de acordo com regras de coerência ou bom senso (Arcelo; Gontijo, 2023). Foucault trata sobre a força dos meios discursivos, buscando compreender a intencionalidade do sujeito.

Se busca deduzir do discurso alguma coisa que concerne ao sujeito falante; tenta-se encontrar, a partir do discurso, quais são as intencionalidades do sujeito falante [...] não se trata do problema do sujeito falante, mas examina as diferentes maneiras pelas quais o discurso desempenha um papel no interior de um sistema estratégico em que o poder está implicado, e para qual o poder funciona. Portanto, o poder não é nem fonte nem origem do discurso. O poder é alguma coisa que opera através do discurso, já que o próprio discurso é um elemento em um dispositivo estratégico de relações de poder (Foucault, 2015a, p. 247).

Segundo Marinho (2024), opera sobre o discurso, livre de neutralidade, o desejo de coerção que se utiliza do saber como ferramenta estratégica no mecanismo geral do poder. Ainda para o autor, há entre o saber e o poder uma relação de complementariedade, sendo o primeiro voltado à organização dos modos de produção da ciência, à operação das relações sociais. Diante disso, Trajan (2023) afirma que o saber, embora aparente ser uma esfera autônoma, é continuamente condicionado e direcionado pelo poder, estando indissociavelmente em suas dinâmicas e estruturas.

Nesse sentido, a normalização está alicerçada em saberes que operam poderes, sendo isso preponderante na obra foucaultiana. Ainda sobre a normalização, Foucault (1975) advoga que ela não se limita à repressão direta, mas opera por meio da construção de padrões e normas que moldam os comportamentos individuais, transformando os sujeitos em atores que reproduzem os valores estabelecidos nas normas sociais.

A normalização, portanto, pode ser entendida como um conjunto de processos que atuam em acordo com os discursos, estruturando condutas aceitáveis e repelindo aquelas consideradas indesejáveis. O mecanismo é reforçado por ações normalizadoras, que fortalecem segmentações e produzem indivíduos submissos (França, 2014; Júnior, 2022).

Assim, a normalização se apresenta como um mecanismo essencial para a manutenção das relações de poder, operando por meio de dispositivos institucionais em ambientes físicos e políticos, como por exemplo empreendimentos, associações e entidades através dos discursos sociais. Esses dispositivos regulam e disciplinam os sujeitos, produzem subjetividades e naturalizam normas estabelecidas.

Nesse processo, a coerção não é explícita, mas se manifesta de forma difusa, moldando comportamentos e assegurando a perpetuação das estruturas de poder. Dessa forma, a normalização define as ações habituais, controla e marginaliza aqueles que se desviam do padrão estabelecido (Foucault, 1975; Marinho, 2024).

Compreende-se então que a partir de tal perspectiva, Rodrigues (2016) e Ribeta e Peixoto (2023) argumentam que para Foucault o poder ocorre na sociedade em um conjunto de relações

e táticas de coerção que arquitetam a organização social.

DISCUSSÃO

A CRIAÇÃO DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA SOB A ÓTICA FOUCAULTIANA

Hollinshead (1999), de forma inovadora, ampliando a abordagem foucaultiana, elabora um juízo sobre o poder da vigilância, exercido e atuante através das instituições, organizações e empreendimentos turísticos. Ainda, o autor considera que os indivíduos que participam do turismo, independente de atuarem como fornecedores ou consumidores, podem ser compreendidos como corpos dóceis moldados através de técnicas de disciplina e coagidos por domínios sociais, culturais, naturais e geográficos (Silva; Tricárico; Silva, 2024).

Nesse sentido, compreende-se que o fenômeno turístico vai além da experiência individual do turista, incluindo não apenas os visitantes, mas também a comunidade, agentes locais e elementos não humanos que participam da atividade (Bispo, 2016). Tal percepção reflexiva considera que a construção social é resultado da interação e do exercício do poder entre todos os indivíduos envolvidos na experiência (Stofel; Silva; Silva, 2024).

O poder não se concentra em uma única entidade, como o Estado, nem se configura como uma estrutura fixa, ele é uma estratégia em constante dinamismo, manifestando-se em diferentes agentes, nas instituições, na formulação de leis e nas hegemonias sociais (Foucault, 2012; 2013; 2015B; Lenzi; Gonçalves, 2021). Percebe-se, que tal posicionamento, inerente a uma figura central protagonista, atribui-se a uma perspectiva pós-estruturalista (Hassard; Cox, 2013; Stofel; Silva; Silva, 2024). Questionamentos pós-estruturalistas, na pesquisa turística, voltam-se principalmente para o turista e ao coletivo imaginário estabelecido sobre os destinos (Sarmadhikari, 2020; Samarathunga; Cheng; Weerathunga, 2020; Samarathunga; Cheng, 2021; Pludwinski; Grimwood, 2021; Huang et al., 2022; Hermand, 2022; Silva; Tricárico; Silva, 2024).

De acordo com Morgan (2010) e Silva, Tricárico e Silva (2024), a metodologia de Foucault considera que as análises arqueológicas aprofundam a compreensão de como estruturas discursivas sustentam determinadas construções ordenadas da verdade. Dessa forma, no setor turístico, os discursos podem ser identificados em diferentes materiais, como literatura de viagens, entrevistas, documentários, documentos, políticas públicas, redes sociais, notícias da imprensa, artigos da internet e dispositivos de comunicação científica online (Sarmadhikari, 2020; Meeke; Buda; Roo, 2020; Melis; Chambers, 2021; Altamirano, 2022; Silva; Tricárico; Silva, 2024).

Segundo Foucault (2012; 2013; 2015b) e Lenzi e Gonçalves (2021), os discursos são produzidos por relações de poder e submetidos a mecanismos de controle, variando conforme o contexto histórico e espacial onde se desenrolam. Assim sendo, é possível analisar o turismo como prática social, que contribui para a construção da cultura e da identidade local. A institucionalização do discurso praticado pelos agentes responsáveis pela criação da experiência turística pode ser compreendida pela normalização das narrativas que difundem as percepções sociais, a partir da consolidação das expectativas dos *stakeholders* e o fornecimento das preferências dos turistas (Bispo, 2016; Fiuza et al., 2024; Stofel; Silva; Silva, 2024).

Foucault (1975) destaca que os discursos operam na validação de práticas alinhadas à narrativa dominante, enquanto promovem a marginalização das que divergem. Exemplifica-se no contexto turístico brasileiro, o Decreto nº 9.763, de 11 de abril de 2019, que instituiu a Política Nacional de Gestão Turística do Patrimônio Mundial, estabelecendo diretrizes que impactam diretamente as experiências dos visitantes (Brasil, 2019). Esse processo é observável em

idades históricas como Ouro Preto e Salvador, onde normativas delimitam a circulação e o comportamento dos turistas, visando preservar o patrimônio cultural e garantir uma convivência harmoniosa entre visitantes e residentes (OCBPM, 2024).

Percebe-se que as dinâmicas presentes na criação da experiência não se isentam das relações de poder. A definição do que é valorizado, promovido e consumido no turismo ocorre num campo discursivo em que diferentes agentes disputam a legitimidade sobre narrativas e representações culturais. Assim, a construção de significados no turismo se insere em um contexto organizacional multifacetado, no qual padrões culturais complexos, meios discursivos e símbolos compartilhados orientam as práticas e percepções dos indivíduos envolvidos no setor (Victoria, 2023; González-Reverté, 2023; Stofel; Silva; Silva, 2024). Dessa maneira, os agentes não apenas moldam, mas também são moldados por concepções simbólicas que direcionam suas ações e influenciam suas experiências (El-Barbary; Uekita, 2022; Stofel; Silva; Silva, 2024).

O poder está presente em todas as dimensões do turismo, manifestando-se no nível pessoal, por meio das interações entre turistas e outros agentes, e no nível institucional, onde se estruturam as redes de formulações políticas e normativas do setor (Cheong; Miller, 2000; Farmáki; Kaniadakis, 2020; Gao; Cohen; Hanna, 2020; Cai; McKenna, 2023).

Diante de tal fato, de acordo com Cruz, Camargo e Vernay (2011) e Garcia, Lima e Martins (2023), a imagem que os turistas têm de um destino é um fator essencial para a consolidação da experiência. Essa imagem é formada por percepções baseadas em experiências prévias e no imaginário coletivo dos indivíduos (Adam et al., 2023; Garcia; Lima; Martins, 2023). Conforme Alonso e Tabales (2018) e Stofel, Silva e Silva (2024), as percepções simbólicas dos indivíduos são constantemente construídas a partir de diversos elementos, como eventos, imagens e conceitos.

Tal volatilidade nos significados atribuídos a diferentes contextos, ao longo do tempo e do espaço, refletem que a construção simbólica desses ambientes é constantemente influenciada por fatores sociais, históricos e culturais que moldam e reconfiguram suas interpretações. Esses conhecimentos, que representam domínios da verdade, são socialmente determinados pelos agentes envolvidos na criação da experiência turística e refletem as relações históricas entre saber e poder (Foucault, 1977; Lenzi; Gonçalves, 2021).

Portanto, a experiência turística, fenômeno não neutro, é um campo de articulação de discursos e múltiplas relações de poder que moldam a percepção em relação aos destinos e as interações entre indivíduos. Sob a ótica foucaultiana, o turismo opera como um dispositivo que coage comportamentos e define normas sobre o que deve ser vivenciado e valorizado em uma imersão turística. Esse processo ocorre por meio da construção de narrativas que instituem determinadas práticas como legítimas, reforçando dinâmicas de controle e vigilância que influenciam tanto os visitantes quanto os agentes fornecedores da experiência turística (Silva; Tricárico; Silva, 2024). Tais agentes, envolvidos na idealização do turismo, desempenham um papel fundamental na produção de discursos que orientam expectativas e reforçam hierarquias simbólicas sobre os espaços (Lenzi; Gonçalves, 2021; Bispo, 2016).

Além disso, a normalização do turismo se manifesta na padronização das experiências e na disciplinarização dos indivíduos que participam do turismo. O comportamento dos turistas é moldado por expectativas culturais e institucionais que estabelecem códigos de conduta, determinando como devem se portar, consumir e interagir nos destinos visitados (Cheong; Miller, 2000; Farmáki; Kaniadakis, 2020; Cai; McKenna, 2023). Ao internalizar essas normas, os próprios indivíduos tornam-se reprodutores do discurso exercido, validando práticas preestabelecidas e consolidando-as (Garcia; Lima; Martins, 2023). Nesse sentido, o turismo além de ser um espaço de lazer e consumo, configura-se na perspectiva deste ensaio como um

campo de regulação social, onde identidades locais são constantemente negociadas e construídas com base nas dinâmicas sociais (Alonso; Tabales, 2018; Stofel; Silva; Silva, 2024).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Revela-se, diante da criação da experiência, analisada sob a ótica foucaultiana, uma conjuntura dinâmica de relações de poder, discursos e subjetividades que buscam normalizar as práticas no turismo. Compreendido como espaço onde narrativas sobrepostas procuram definir a percepção dos agentes e reforçar determinadas verdades, o turismo se configura como palco de relações multilaterais de poder. Nele, observa-se que os discursos utilizados por organizações são carregados de intencionalidades, objetivando normalizar e orientar as práticas no setor.

Ao longo da análise, identificou-se que a experiência turística é delimitada por normas e convenções estabelecidas a partir da internalização dos discursos. O turista, enquanto consumidor da experiência, está inserido em um sistema de verdades construídas, no qual sua percepção e comportamento são parcialmente direcionados por fatores sociais. Ao mesmo tempo, influencia a percepção dos agentes fornecedores sobre a experiência vivida, orientando instrumentos e estratégias voltados ao atendimento de suas expectativas. A criação de experiências turísticas, aliada ao uso estratégico de discursos de autenticidade e exclusividade, reforça a presença de mecanismos que regulam a vivência e a percepção dos turistas.

A partir deste ensaio teórico, depreende-se a potência da abordagem foucaultiana ao permitir a análise das estruturas de poder que definem o turismo e suas experiências. Ao evidenciar que a experiência é moldada por discursos e dispositivos de poder, abre-se espaço para uma reflexão crítica sobre as práticas que a constituem. Assim, refletir sobre o turismo utilizando a ótica foucaultiana das relações de poder amplia o entendimento sobre sua complexidade e mecânica multifacetada. O turismo, visto dessa forma, é compreendido como um fenômeno cultural e discursivo, no qual a experiência do visitante e a percepção dos agentes provedores são condicionadas por processos de normalização.

Nesse sentido, este ensaio teórico contribui ao aprofundar a compreensão do turismo como prática atravessada por relações de poder, destacando como discursos atuam na construção das experiências e subjetividades. A adoção da perspectiva foucaultiana oferece uma lente crítica para analisar as estratégias discursivas que orientam e regulam as práticas do setor. Ao tornar visíveis tais mecanismos, o estudo amplia o debate acadêmico e inspira a construção de experiências turísticas mais éticas, reflexivas e sensíveis aos sujeitos e as localidades nas quais se inserem.

REFERÊNCIAS

ADAM, M.; IBRAHIM, M.; PUTRA, T. R. I.; YUNUS, M. The effect of e-WOW model mediation of marketing mix and destination image on tourist revisit intention. **International Journal of Data and Network Science**, v. 7, n. 1, p. 265-274, 2023.

ALONSO, I. M.; TABALES, A. F. Percepciones y valoraciones sociales del paisaje en destinos turísticos. Análisis de la ciudad de Sevilla a través de técnicas de investigación cualitativas. **Cuadernos de Turismo**, n. 42, 2018.

ALTAMIRANO, M. E. Legitimizing discourses within favela tourism. **Tourism Geographies**, p. 1–18, 2022.

ARCELO, A. A. B.; GONTIJO, L. A. Transgressões permanentes e a insurreição dos saberes subjetivados: reflexões sobre normalização e os usos do método arqueológico-genealógico de

- Michel Foucault. **Virtua Jus**, v. 8, n. 15, p. 183-194, 2023.
- BALDISSERA, R. Comunicação turística. **Rosa dos Ventos**, v. 1, n. 1, p. 6-15, 2010.
- BARBOSA-CARACAS, L. M. Rede de Territórios Solidários e Turismo de Base Local no Ceará-Brasil. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, 13., 2011, San José. **Anais [...]**. San José: [s.n.], 2011.
- BERNAKI, W.; MARSO, S. Tourist experience in destinations: rethinking a conceptual framework of destination experience. **Journal of Marketing Research and Case Studies**, v. 2023, 2023.
- BISPO, M. S. O turismo como prática cultural organizativa, sociomaterial e estética. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 5, n. 2, 2016.
- BRASIL. **Decreto nº 9.763, de 11 de abril de 2019**. Regulamenta o disposto no inciso XI do caput do art. 5º da Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Decreto/D9763.htm. Acesso em: 12 jan. 2025.
- CAI, W.; MCKENNA, B. Power and resistance: digital-free tourism in a connected world. **Journal of Travel Research**, v. 62, n. 2, p. 290-304, 2023.
- CAMARGO, B. L. N.; VANDERLEI, D. M. S.; PRESTES, P.; PEREIRA, L. S. A importância da integração entre os atores locais e regionais para o desenvolvimento do turismo. **Revista Alomorfia**, v. 5, n. 1, p. 189–201, 2021.
- CARNEIRO, J.; ALLIS, T. Como se move o turismo durante a pandemia da COVID-19? **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, 2021.
- CHEONG, S.; MILLER, M. L. Power and tourism: a Foucauldian observation. **Annals of Tourism Research**, v. 27, n. 2, p. 371–390, 2000.
- CORBARI, S. D.; FERREIRA, M. R. Ser ou não ser sustentável, eis a questão! Um olhar sobre a relação da pesquisa em turismo e a panaceia do sustentável. **Revista Turismo em Análise**, v. 30, n. 3, p. 423-439, 2019.
- CRUZ, G.; CAMARGO, P.; VERNAY, B. Posicionamento de marketing: análise das ferramentas promocionais de destino turístico. In: CRUZ, G. (Org.). **Turismo: desafios e especificações para turismo sustentável**. Ilhéus: Editus, 2011.
- DREHER, M. T.; SALINI, T. S. Governança e políticas públicas de turismo em Gaspar, Santa Catarina. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL – SEMINTUR, 6., 2010, Caxias do Sul. **Anais [...]**. Caxias do Sul: UCS, 2010.
- DUHAMEL, P.; SACAREAU, I. Le tourisme dans le monde. **Revue de Géographie de Lyon**, v. 73, n. 3, p. 267, 1998.
- EL-BARBARY, M. N.; IKEDA, M.; UEKITA, Y. Local people's “sense of place” toward cultural heritage sites: correlation with demographic and socio-economic characteristics. **Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development**, v. 14, n. 4, 2024.

EMMENDOERFER, M. L. Inovação e empreendedorismo no setor público: um ensaio sobre categorias analíticas aplicáveis à gestão pública municipal do turismo. **Podium Sport, Leisure and Tourism Review**, v. 12, n. 2, 2023.

EQUIPE MIT. **Tourismes II**. Paris: Belin, 2002. (Lieux Communs, coll. Mapped Monde).

FARMAKI, A.; KANIADAKIS, A. Power dynamics in peer-to-peer accommodation: insights from Airbnb hosts. **International Journal of Hospitality Management**, v. 89, 102571, 2020.

FIUZA, T. F. et al. However, what is legitimacy? Residents' perception of the legitimacy of a Brazilian ethnic-cultural festival. **Journal of Heritage Tourism**, v. 19, n. 3, 2024.

FOUCAULT, M. **A história da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2013.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2012.

FOUCAULT, M. **Ditos e escritos IV: estratégia, poder-saber**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2015a.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015b.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Petrópolis: Vozes, 1975.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Vozes, 1977.

FRANÇA, A. P. Normalização e poder disciplinar em Foucault. **Revista de Filosofia Moderna e Contemporânea**, v. 2, n. 1, p. 45-60, 2014.

GAO, X.; COHEN, S.; HANNA, P. Hitchhiking travel in China: gender, agency and vulnerability. **Annals of Tourism Research**, v. 84, 103002, 2020.

GARCIA, D. S.; LIMA, B. S.; MARTINS, P. C. S. Transformações na construção da imagem turística projetada pelo poder público municipal de Campo Grande-MS. **RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 13, n. 2, p. 173-194, 2023.

GONZÁLEZ-REVERTÉ, F. Space, identity and festivals: spatial empowerment and the construction of identity discourses through the lens of heritage festival organizers. **Journal of Heritage Tourism**, v. 18, n. 6, 2023.

HASSARD, J.; COX, J. W. Can sociological paradigms still inform organizational analysis? A paradigm model for post-paradigm times. **Organization Studies**, v. 34, n. 11, 2013.

HERMAND, M.-H. Media adaptations of archives in scientific communication: a study of the "Transfrontier Mountain Tourism" semiotic scenario. **Journal of Alpine Research | Revue de Géographie Alpine**, v. 110, n. 1, 2022.

HOLLINSHEAD, K. Surveillance of the worlds of tourism: Foucault and the eye-of-power. **Tourism Management**, v. 20, n. 1, p. 7-23, 1999. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00090-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00090-9). Acesso em: 13 jan. 2025.

HUANG, X. et al. Do the DMO and the Tourists Deliver the Similar Image? Research on

Representation of the Health Destination Image Based on UGC and the Theory of Discourse Power: A Case Study of Bama, China. **Sustainability**, v. 14, n. 2, 2022.

IRVING, M. de A. et al. Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 4, p. 1-7, 2005.

JÚNIOR, R. M. R. et al. Os anormais na crítica de Foucault. **Revista Interdisciplinar de Pensamento Científico (REINPEC)**, v. 8, n. 4, p. 55-65, 2022.

KÖRÖSSY, N.; HOLANDA, L.; CORDEIRO, I. D. Gestão de destinos turísticos: aspectos conceituais. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 16, 2023.

LARSEN, S. Aspects of a psychology of the tourist experience. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 7, n. 1, p. 7-18, 2007.

LENZI, M. H.; GONÇALVES, T. C. Urbanização, discursos e relações de poder: turismo e planejamento urbano em Florianópolis (1950-1980). **GEOUSP: Espaço e Tempo (Online)**, São Paulo, v. 24, n. 3, p. 425-443, 2021.

MARINHO, P. Uma análise foucaultiana dos discursos em relação à família produzidos por alunos de Espanhol do Ensino Médio. **Revista Heterotópica**, INEL/UFU, 2024.

MEEKES, J. F.; BUDA, D. M.; ROO, G. Socio-spatial complexity in leisure development. **Annals of Tourism Research**, v. 80, p. 102814, 2020.

MELIS, C.; CHAMBERS, D. The construction of intangible cultural heritage: A Foucauldian critique. **Annals of Tourism Research**, v. 89, p. 103206, 2021.

MENDES, J.; GUERREIRO, M.; MATOS, N. Monitoring the quality of tourism experience. **Proceedings of the Asia Tourism Forum 2016 - The 12 Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia**, v. 19, n. 1, p. 294-304, 2016.

MINCA, C.; OAKES, T. Tourism and the biopolitics of otherness. **Annals of Tourism Research**, v. 70, p. 1-12, 2018.

MORGAN, A. **Discourse Analysis: An Overview for the Neophyte Researcher**. 2010.

NEUHOFER, B.; BUHALIS, D.; LADKIN, A. Conceptualising technology enhanced destination experiences. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 1, n. 1-2, p. 36-46, 2012.

OLIVEIRA, A. A. N.; DIÓGENES, C. M.; ALMEIDA, D. M. F. Lazer e protagonismo social: uma experiência de turismo comunitário no nordeste brasileiro. **Cadernos de Geografia**, v. 4, n. 4, p. 47-67, 2021.

ORGANIZAÇÃO DAS CIDADES BRASILEIRAS PATRIMÔNIO MUNDIAL (OCBPM). **OCBPM entrega nova sinalização turística para o Centro Histórico de Salvador**. 2024. Disponível em: <https://ocbpm.org.br>. Acesso em: 15 jan. 2025.

PAIXÃO, W. B. da; CORDEIRO, I. J. D. Práticas de gamificação em turismo: uma análise a partir do modelo de Werbach & Hunter (2012). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**,

São Paulo, v. 15, n. 3, p. 2067, 2021.

PALAFÓZ, C. S.; SANTOS, C. N. A contribuição do turismo para o desenvolvimento local no estado da Bahia: uma análise do período de 2021–2022. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 9, n. 10, p. 6101–6123, 2023.

PARK, S.; SANTOS, C. A. Exploring the tourist experience: a sequential approach. **Journal of Travel Research**, v. 56, n. 1, p. 16-27, 2016.

PEDRO, R. M. M.; MENDES, J.; MATOS, N.; ASCENÇÃO, M. P. Sentidos, emoções e memórias na experiência turística: uma revisão. **Rosa dos Ventos**, v. 13, n. 2, p. 358-578, 2021.

PEZZI, E.; VIANNA, S. A experiência turística e o turismo de experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. **Turismo em Análise**, v. 26, n. 1, p. 165-187, 2015.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. **The Experience Economy**. Boston: Harvard Business Review Press, 1999.

PLUDWINSKI, B. J.; GRIMWOOD, B. S. R. (Re)producing wilderness tourism discourses in Algonquin Provincial Park. **Tourist Studies**, v. 21, n. 3, p. 424-443, 2021.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. Co-creation experiences: the next practice in value creation. **Journal of Interactive Marketing**, v. 18, n. 3, p. 5–14, 2004.

RIBETA, P. B.; PEIXOTO, D. L. Apontamentos sobre a compreensão das relações de poder em organizações familiares sob a perspectiva foucaultiana. **Revista Científica Intellecto**, v. 8, n. 1, p. 78-91, 2023.

RODRIGUES, J. **Relações de poder em Vigiar e punir: o nascimento da prisão**. 2016.

SAMARATHUNGA, W. H. M. S.; CHENG, L.; WEERATHUNGA, P. Buddhist gaze and power in a post-war destination: case study of Jaffna, Sri Lanka. **Journal of Tourism and Cultural Change**, v. 19, n. 5, p. 654-680, 2020.

SAMARATHUNGA, W. H. M. S.; CHENG, L. Tourist gaze and beyond: state of the art. **Tourism Review**, v. 76, n. 2, p. 344–357, 2021.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado: fundamentos teóricos e metodológicos da Geografia**. 6. ed. São Paulo: EdUSP, 2014.

SARMADHIKARI, S. Representing Kolkata: a study of “gaze” construction in Calcutta: Two Years in the City de Amit Chaudhuri e Longing Belonging de Bishwanath Ghosh. **Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities**, v. 12, n. 3, 2020.

SILVA, J. J. Um olhar sobre o turismo e desenvolvimento local em Moçambique. **Humanas em Perspectiva**, v. 12, 2025.

SILVA, M. V. P. da. Controle e normalização: Michel Foucault e a relação entre corpo e poder. **Domus On Line: Revista Teórica Política e Social Cidadania**, v. 3, p. 87-98, jan./dez. 2008.

SILVA, P. T.; TRICÁRICO, L. T.; SILVA, Y. F. Michel Foucault na pesquisa em turismo: problematizando práticas e vivências. **RBTUR: Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**,

São Paulo, v. 18, e-2961, 2024.

SILVA, V. I. A.; SANTOS, M. A. O. A gestão do turismo em uma cidade no contexto amazônico: a estrutura administrativo-organizacional e seus reflexos na coordenação e no desenvolvimento local. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, v. 13, n. 39, 2023.

SOUSA, D. D.; SILVA, R. C. A categorização dos municípios turísticos como promotora de redes urbanas do turismo: das fragilidades à materialidade. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 19, p. 3067, 2025.

STOFEL, S. P.; SILVA, F. S.; SILVA, L. A. Gestão do turismo: práticas, simbolismos e relações com stakeholders. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, v. 19, n. 56, p. 543–561, 2024.

SUASSUNA, D. **Um olhar sobre as políticas ambientais: o Projeto Tamar**. Brasília: Thesaurus, 2007.

SUVANTOLA, J. **Tourist's Experience of Place**. Burlington: Ashgate, 2002.

TRANJAN, A. L. C. Saber-poder, discurso e ideologia: uma discussão entre Foucault e Althusser. **Revista Diálogos (RevDia): Estudos Linguísticos e Literários**, v. 11, n. 21, p. 85, jan./abr. 2023.

VICTORIA, F. Symbolism of strategy for affirmative disobedience in cultural entrepreneurship: the case of the Ethnographic Museum of Kendebay Karabdolov, Shymkent, Kazakhstan. **South Asian Journal of Business and Management Cases**, v. 12, n. 2, 2023.

WALLS, A. R.; OKUMUS, F.; WANG, Y. R.; KWUN, D. J.-W. An epistemological view of consumer experiences. **International Journal of Hospitality Management**, v. 30, n. 1, p. 10–21, 2011.