



VOLUME 13 | NUMBER 2 – SPECIAL ISSUE | FEBRUARY 2015 | ISSN: 1695-7121

PASOS

Revista de Turismo
y Patrimonio Cultural

OVERVIEW OF ANTHROPOLOGY OF TOURISM FROM THE SOUTH

www.pasosonline.org

COMITÉ EDITORIAL

Director: Agustín Santana Talavera

I.U. Ciencias Políticas y Sociales
Universidad de La Laguna (España)
E-mail: asantana@ull.es

Adjunto a dirección: Eduardo C. Cordeiro Gonçalves

ISMAI (Portugal)
E-mail: egoncalves@docentes.ismai.pt

Adjunto a dirección: Eduardo Parra López

I.U. Ciencias Políticas y Sociales
Universidad de La Laguna (España)
E-mail: eparra@ull.es

EDITORES TEMÁTICOS

Luisa Andreu Simó (Univ. de Valencia), España
Juan Aguirre (Univ. Latina-Heredia), Costa Rica
M^a Esther Chávez Álvarez (Univ. de La Laguna), España
Margarita Barretto (Univ. Federal de Santa Catarina), Brasil
Enrique Bigne (Univ. de Valencia), España
Pablo Díaz Rodríguez (Univ. Complutense de Madrid), España
Heredina Fernández Betancort (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España
Esther Fernández de Paz (Univ. de Sevilla), España
José Antonio Fraiz (Univ. de Vigo), España
Nuria Gali (Univ. de Girona), España
Antonio García Sánchez (Univ. Politécnica de Cartagena), España
Antonio Guevara Plaza (Univ. de Málaga), España
Margaret Hart Robinson (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España
Raúl Hernández Martín (Univ. de La Laguna), España
Sergio Moreno Gil (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España
Maribel Osorio García (Univ. Autónoma del Estado de México), México
José J. Pascual Fernández (Univ. de La Laguna), España
Xerardo Pereiro Pérez (Univ. Trás-os-Montes e Alto Douro), Portugal
Roque Pinto (Univ. Estadual de Santa Cruz), Brasil
Llorens Prats (Univ. de Barcelona), España
Emilio Romero Macías (Univ. de Huelva), España
José María Valcuende del Río (Univ. Pablo de Olavide), España
Fernando Vera Rebollo (Univ. de Alicante), España
Desiderio Gutiérrez Taño (Univ. de La Laguna), España
Gustavo Marín Guardado (CIESAS), México
Moisés Simancas Cruz (Univ. La Laguna), España
Carlos Alberto Steil (Univ. Federal do Rio Grande do Sul), Brasil
Raffaele Scuderi (Univ. de Bolzano), Italia
Rossana Bonadei (Univ. Of Bergamo), Italia
Carlos Fernandes (Inst. Polit. do Viana do Castelo), Portugal
Jordi Gascón (Inst. Altos Estudios Nacionales), Ecuador
Laurentina Vareiro (Inst. Polit. do Cavado e do Ave), Portugal

J. Cadima Ribeiro (Univ. Of Minho), Portugal
Rogelio Martínez (Univ. Guadalajara), México
Elena Pérez (Univ. Europea de Canarias), España

Secretaría: Alberto Jonay Rodríguez Darias

I.U. Ciencias Políticas y Sociales
Universidad de La Laguna (España)
E-mail: jonayalberto@gmail.com

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

Alessandro Simonicca (Univ. "La Sapienza" di Roma), Italia
Álvaro López Gallero (Univ. de la República), Uruguay
Anya Diekmann (Univ. Libre de Bruxelles), Bélgica
Artur Cristovao (UTAD), Portugal
Aurora Pedro Bueno (UV), España
Juan Gabriel Brida (Univ. de Bolzano), Italia
Cebaldo de León Smith (UTAD), Portugal
Christou Evangelos (Aegen Univ.), Grecia
Dallen J. Timothy (Brigham Young Univ.), USA
Daniel Hiernaux (UAM), México
Davis Gruber Sansolo (Univ.), Brasil
Dimitrios Buhalis (Univ. of Bournemouth.), Reino Unido
Eduardo Fayos Sola (Ulysses Foundation. UV.), España
Elisabeth Kastenholz (Univ. de Aveiro), Portugal
Elizabeth Tamanini (Uniplac/SC), Brasil
Gemma McGrath (Univ. of the Arts London.), Reino Unido
Jafar Jafari (Univ. of Wisconsin at Stout, Menomonie), USA
Juan Agudo Torrico (US), España
Juan Ramón Oreja Rodríguez (ULL), España
Julia Fraga (CINVESTAV), México
Julia Sanmartín Sáez (UV), España
Julio Grande (Sepinum), España
Marcelino Sanchez (UCLM), España
María D. Álvarez (Bogazici University), Turquía
Marianna Sigalas (Aegen Univ.), Grecia
Michael Riley (Univ. of Surrey), Reino Unido
Noemí Rabassa (URV España), España
Raoul Bianchi (Univ. of East London), Reino Unido
Regina Schlüter (CIET), Argentina
Ratana Chuenpagdee (Memorial University of Newfoundland), Canada
René Baretje-Keller (CIRET), Francia
Ricardo Diaz Armas (ULL), España
Richard W. Butler (Univ. of Strathclyde), Escocia
Rosana Guevara Ramos (UAM), México
Svein Jentoft (University of Tromsø), Norway
Thomas George Baum (Univ. of Strathclyde), Escocia
Vicente Monfort Mir (UJ), España

Edición digital: Varadero Informática

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
PASOS. Journal of Tourism and Cultural Heritage
(An external peer review and open access journal)

Bases de datos / Databases:

La revista se encuentra indexada en In-Recs y MIAR, e incluida, entre otras, en las bases de datos: Redalyc (repositorio completo y descarga directa. Impacto 2005-2009 0,170); DOAJ (repositorio completo y descarga directa); Latindex; CAB Abstracts; E-Revistas; Dialnet; COPAC; SUDOC; ISOC; DICE; CIRET; Altis Intute: social sciences; EBSCO Publishing. Para su inclusión ha sido necesario cumplir con los requisitos de evaluación de cada uno de ellas.



Edita / Publisher:

Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales
Universidade de La Laguna (Tenerife, España)

Centro de Estudos de Desenvolvimento Turístico
Instituto Universitário da Maia – ISMAI (Maia, Portugal)

Periodicidad / Publication:

Quadrimestral / Three times annualy

Imprimir / Print:

Clássica

Número de ejemplares / Copies: 100

ISSN 1695-7121

D. L. TF 2059-2002

Febrero 2015. Volumen 13 –Número 2 – Número Especial
February 2015. Volume 13 –Number 2 – Special Issue

Correo electrónico / E-mail:
info@pasosonline.org

Correo Postal / Address:
P.O. Box 33
38360 El Sauzal (Tenerife)
España

PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural es una publicación en web que se especializa en el análisis académico y empresarial de los distintos procesos que se desarrollan en el sistema turístico, con especial interés a los usos de la cultura, la naturaleza y el territorio, la gente, los pueblos y sus espacios, el patrimonio integral. Desde una perspectiva inter y transdisciplinaria solicita y alienta escritos venidos desde las ciencias y la práctica administrativo-empresarial. Su objetivo es cumplir con el papel de foro de exposición y discusión de metodologías y teorías, además de la divulgación de estudios y experiencias. Pretende contribuir a otros esfuerzos encaminados a entender el turismo y progresar en las diversas formas de prevención de efectos no deseados, pero también perfeccionar la manera en que el turismo sirva de complemento a la mejora y desarrollo de la calidad de vida de los residentes en las áreas de destino.

PERIODICIDAD (números de carácter ordinario): ENERO; ABRIL; OCTUBRE

Para simplificar el proceso de revisión y publicación se pide a los colaboradores que se ajusten estrictamente a las normas editoriales que a continuación se indican.

Entrega de originales: Los trabajos deberán ser incorporados a la plataforma de gestión de la revista, previo registro del autor principal, en www.pasosonline.org/ojs

Metadatos: Deben incorporarse todos los metadatos solicitados en el registro del trabajo incorporado, incluyendo los datos referentes a los autores y en el apartado Resumen el realizado en el idioma original y, seguido, en inglés.

TEXTO A INCORPORAR

Formato de archivo: El archivo a incorporar deberá estar en formato MSWord (*.doc; *.docx) o OpenOffice Writer (*.odt)

Idioma: Los trabajos serán publicados en el idioma en el que sean entregados (español, portugués, inglés o francés).

Márgenes: Tres centímetros en todos los lados de la página.

Tipografía: Se utilizará en el texto la letra Times New Roman o Arial, tamaño 10, o similar. En las notas se utilizará el mismo tipo de letra a tamaño 9. No utilizar diversidad de fuentes ni de tamaños. Si se desea destacar alguna palabra o párrafo dentro del texto utilizar la misma fuente en cursiva.

Notas: Siempre serán situadas al final, utilizando el mismo tipo de letra que en el texto (Times New Roman o Arial) a tamaño 9

Título: El trabajo debe ir encabezado por su título en minúsculas y negrita. Bajo él se insertará el título en inglés. Es aconsejable que el título no supere en ningún caso los 100 caracteres (incluyendo espacios).

Resumen: Se debe insertar un resumen del artículo (120 – 150 palabras) en el idioma en que está escrito y su traducción al inglés. Para los artículos escritos en inglés se aportará su traducción al español.

Palabras clave: Se indicarán 5 – 7 palabras clave sobre el tema principal y su correspondiente traducción a inglés.

Texto: El texto debe ser escrito a 1,5 de espaciado y con una extensión de 5.000 a 9.000 palabras para artículos y de 3.000 a 5.000 tanto para opiniones y ensayos como para notas de investigación, incluyendo Título (y su traducción a inglés), Resumen (y su traducción a inglés), Palabras clave (y su

traducción a inglés), Introducción, los apartados que se estimen oportunos, Conclusión, Agradecimientos (si fuera pertinente) y Bibliografía.

Cuadros, Gráficos e Imágenes: Los artículos pueden incluir cualquier grafismo que se estime necesario. Deberán estar referidos en el texto y/o situados convenientemente y acompañados por un pie que los identifique. Pueden utilizarse colores, pero ha de tenerse en consideración la posibilidad de una publicación en soporte papel en blanco y negro.

Abreviaturas y acrónimos: Deberán ser bien deletreados y claramente definidos en su primer uso en el texto.

Citas y Bibliografía: En el texto las referencias bibliográficas harán referencia al autor y el año de publicación de la obra citada. Por ejemplo: (Smith, 2001) o (Nash, 1990; Smith, 2001). Cuando se considere necesaria una cita más precisa se indicará el número de página (Smith, 2001: 34). La lista bibliográfica al final del texto seguirá el orden alfabético de autores, siguiendo el formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann

2001 "Introduction to Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century (pp. 1-14). New York: Cognizant Communication.

Smith, Valene L.
1998 "War and tourism. An American Ethnography". Annals of Tourism Research, 25(1): 202-227.

Urry, J.

1990 The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies. London: Sage.

Para otro tipo de publicaciones se hará constar siempre autor, año, título y lugar de celebración o publicación y un estándar para documentos electrónicos, indicando dirección y fecha de acceso.

Originalidad: Se requiere el compromiso de los autores tanto de la originalidad de su trabajo como de no remitir su texto simultáneamente a otros medios para su publicación.

Derechos de autor y Responsabilidad: Es importante leer la sección "Declaración Ética" en el sitio web de la revista. Los autores serán los únicos responsables de las afirmaciones y declaraciones realizadas en su texto. El equipo editorial de PASOS se reserva el derecho de utilizar en ediciones compilatorias sucesivas los artículos editados. Los textos son publicados bajo licencia Creative Commons, por lo que podrán ser reproducidos como archivo pdf sin alteraciones, íntegramente y citando la fuente PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (www.pasosonline.org). La integración en publicaciones que impliquen la alteración del archivo original requerirán de permiso expreso del autor o autores y del Comité Editorial de PASOS.

Una vez comunicada la ACEPTACIÓN del texto para su publicación, los autores deben cumplimentar el formulario disponible en la sección "Declaración de derechos" y remitirlo al correo electrónico de la revista.

Proceso de revisión: Es importante leer la sección "Proceso de revisión" en el sitio web de la revista. Todos los trabajos serán sometidos a evaluación por pares anónimos externos a la revista. Se notificará a los autores el resultado de la revisión realizada mediante correo electrónico con una ficha resumen del arbitrio.

© PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. D.L. TF-2059/2002 ISSN 1695-7121

Revista cuatrimestral gratuita de distribución en web
<http://www.pasosonline.org> E-mail: info@pasosonline.org

PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract

PASOS. Revista de Turismo e Patrimônio Cultural é uma publicação web especializada na análise acadêmica e empresarial dos distintos processos que se desenvolvem no sistema turístico, com especial incidência nos usos da cultura, da natureza e do território, nas gentes, nos povos e nos seus espaços, no patrimônio integral. A partir de uma perspectiva inter e transdisciplinar solicita e encoraja escritos provenientes desde as ciências sociais à prática administrativa empresarial. Tem como escopo cumprir o papel de foro de exposição e discussão de metodologias e teorias, além da divulgação de estudos e experiências. Pretende ainda contribuir para a compreensão do turismo e o progresso das diversas formas de prevenção de impactos não desejados, mas também contribuir para que o turismo sirva de complemento à melhoria e desenvolvimento da qualidade de vida dos residentes nas áreas de destino.

Periodicidade de números ordinários: Janeiro; Abril; Outubro

Para simplificar o processo e revisão de publicação pede-se aos colaboradores que se ajustem estritamente às normas editoriais que a seguir se indicam.

Metadados: Devem ser indicados todos os metadados solicitados no registo do trabalho incorporado, incluindo os dados referentes aos autores e, em separado, o resumo no idioma original seguido de uma versão em inglês.

TEXTO A INCORPORAR

Formato do arquivo: O arquivo a incorporar deverá estar em formato MSWord (*.doc; *.docx) ou OpenOffice Writer (*.odt)

Idioma: Os trabalhos serão publicados no idioma em que sejam entregues (espanhol, português, inglês ou francês).

Margens: Três centímetros em todos os lados da página.

Grafia: Deverá utilizar no texto a letra Times New Roman ou *Arial*, tamanho 10, ou similar. Nas notas utiliza-se o mesmo tipo de letra em tamanho 9. Não utilizar diversidade de fontes nem de tamanhos. Se desejar destacar alguma palavra ou parágrafo dentro do texto deve utilizar a mesma fonte em cursiva.

Notas: Serão sempre colocadas no final, utilizando o mesmo tipo de letra do texto (Time New Roman ou *Arial*) tamanho 9.

Título: O trabalho deve ser encabeçado pelo seu título em minúsculas e bold.

Não devem incluir-se no documento dados do autor. Por baixo deve ser inscrito o título em inglês. É aconselhável que o título não ultrapasse os 100 caracteres (incluindo espaços)

Resumo: Deve constar um resumo do artigo (120 a 150 palavras) no idioma em que está escrito e a sua tradução em inglês. Para os artigos escritos em inglês deve incluir-se a sua tradução em espanhol.

Palavras-chave: Incluem-se 5-7 palavras-chave sobre o tema principal e a sua correspondente tradução para inglês.

Texto: Este deve apresentar o espaçamento de 1,5 ter uma extensão de cerca de 5 000 a 9 000 palavras para artigos e 3 000 a 5 000, tanto para opiniões e ensaios como para notas de investigação, incluindo título (e a sua correspondente tradução para inglês), Palavras-chave (e a sua correspondente tradução para inglês), Introdução, as notas que se entendam oportunas, Conclusão, Agradecimentos (se se justificarem) e Bibliografia.

Quadros, gráficos e imagens: Os artigos podem incluir qualquer grafismo que se ache necessário. Deverão estar referenciados com o número correspondente no texto e acompanhados por um título que os identifique. Podem utilizar-se cores; porém, a considerar-se a possibilidade de uma publicação em suporte de papel serão usadas apenas a preto e branco.

Abreviaturas e acrónimos: Deverão ser bem definidos na primeira vez que forem usados no texto.

Citações e bibliografia: No texto as referências bibliográficas terão que reportar o autor e o ano da publicação da obra citada. Por exemplo: (Smith, 2001) ou (Nash, 1990; Smith, 2001). Quando se considere necessário uma referência mais precisa deve incluir-se o número da página (Smith, 2001: 34). O aparato bibliográfico do final do texto surge consoante a ordem alfabética dos autores, respeitando o seguinte formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann

2001 "Introduction to Host and guest revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), Host and guest revisited: Tourism issues of the 21st century (pp.-14). New York: Cognizant Communication.

Smith, Valene L.

1998 "War and tourism. An American Ethnography". *Annals of Tourism Research*, 25(1): 2002-227.

Urry, J.

1990 *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Para outro tipo de publicação terá que ser sempre referenciado o autor, ano, título e lugar do evento ou publicação e um standard para documentos electrónicos, indicando endereço e data de acesso.

Originalidade: Requere-se o compromisso. tanto da originalidade do trabalho, como o de o texto não ter sido remetido simultaneamente para outros suportes para publicação.

Direitos e Responsabilidade: É importante ler a secção "Declaração Ética" no sítio da web da revista. Os autores serão os únicos responsáveis pelas afirmações e declarações proferidas no seu texto. À equipa editorial da PASOS reserva-se o direito de utilizar em edições compilatórias sucessivas os artigos editados. Os textos são publicado ao abrigo da licença Creative Commons, pelo que poderão ser reproduzidos como arquivo pdf sem alterações, integralmente e citando a fonte PASOS Revista de Turismo e Patrimônio Cultural (www.pasonline.org). A integração em publicações que implique a alteração do arquivo original requererão a autorização expressa do autor e da Comissão Editorial PASOS.

Uma vez comunicada a ACEITAÇÃO do texto para publicação, os autores devem completar o formulário disponível na secção "Declaração de direitos" e remetê-lo pelo correio electrónico da revista.

Processo de revisão: É importante ler a secção "Processo de revisão" no sítio web da revista. Todos os trabalhos serão submetidos e avaliados por pares anónimos externos à revista. Os autores serão notificados dos resultados da revisão realizada mediante uma ficha- resumo da arbitragem.

Índice

Editorial

Javier Hernández-Ramírez Xerardo Pereiro Pérez Roque Pinto	Panorama de la Antropología del Turismo desde el Sur	277
--	--	-----

Artículos

Margarita Barretto Alejandro Otamendi	Antropología y Turismo en “los países del Plata” (Argentina y Uruguay)	283
Roque Pinto	O turismo na tradição antropológica brasileira	295
Javier Hernández-Ramírez	El turismo como objeto de estudio. Análisis de la producción bibliográfica de los antropólogos españoles del turismo	305
Xerardo Pereiro Filipa Fernandes	Antropologia e turismo: dos trilhos, atores e espaços à genealogia da turistificação da Antropologia em Portugal	333
Mònica Martínez Mauri	Una mirada sobre la turistificación de la antropología del desarrollo en el Estado español	347
Carla Borba Margarita Barretto	Políticas públicas de cultura e turismo, e sua influência na profissionalização de grupos tradicionais. O caso dos Maracatu de Pernambuco, Brasil	359
Esther Fernández de Paz	La valorización artesana y su repercusión turística. El caso de Chile	375
Sebastián Valverde Graciela Maragliano Marcelo Impemba	Expansionismo turístico, poblaciones indígenas Mapuche y territorios en conflicto en Neuquén, Argentina	395
Rodrigo de Azeredo Grünewald	Turismo na Terra Indígena Pataxó de Coroa Vermelha: imperialismo e pós-colonialidade na região do Descobrimento do Brasil	411
Filipa Fernandes	O estudo dos sistemas turísticos e a antropologia. Madeira: um estudo de caso	425

Reseña de publicaciones

Maximiliano Emanuel Korstanje

Turismo y Patrimonio en la Quebrada de Humahuaca. Lugar, actores y conflictos en la definición de un destino turístico.

435

Editorial

Panorama de la Antropología del Turismo desde el Sur Overview of Anthropology of Tourism from the South

Javier Hernández-Ramírez*
Universidad de Sevilla (España)

Xerardo Pereiro Pérez**
Universidade de Tras-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

Roque Pinto***
Universidade Estadual de Santa Cruz (Brasil)

Han pasado más de tres décadas desde que Dennison Nash (1981) planteara en la revista *Current Anthropology* el debate sobre la pertinencia del turismo como objeto de estudio en la Antropología Social. Transcurrido este tiempo la cuestión parece del todo superada, ya que es innegable la consolidación de este campo de estudio en el ámbito de la disciplina no sólo en las universidades y centros de investigación norteamericanos y centroeuropeos, sino también en los países latinoamericanos, España y Portugal.

La expansión de la actividad turística a escala mundial, su caleidoscópico efecto sobre muchos territorios transformados en destinos turísticos, así como su papel en la sociedad contemporánea emisora de turistas, la convierten en un fenómeno nada superficial o intrascendente como algunos podrían presuponer en los albores de este campo de estudio antropológico.

Son pocos los que hoy en el seno de la disciplina desconfían de las aportaciones de esta especialización como así ocurría en los ochenta, tal como confesaron algunos autores pioneros (Chambers, 2000; Crick, 1992; Galani-Moustafi, 2000; Smith, 1992; Swain, 2000; Van den Bergue, 1980). Por suerte, hoy la comunidad antropológica es consciente del carácter poliédrico del turismo y de que no puede obviarse su estudio desde la óptica de la Antropología Social. La investigación ha revelado que el fenómeno es un hecho social total en el sentido propuesto por Mauss (1979)¹, porque comprende amplios dominios de la cultura (económicos, sociales, ecológicos, políticos, urbanísticos, simbólicos...), y alcanza una dimensión que ya es prácticamente planetaria.

Esta abarcabilidad contribuye a la comprensión de procesos globales y, consecuentemente, al avance de la disciplina antropológica. Dicho de otra manera, el turismo como hecho social total que atraviesa multitud de aspectos impregna globalmente a la propia disciplina antropológica, influyendo y ampliando su mirada. Tal como indican Crick (1992) y Salazar (2006), contemplar el fenómeno como un hecho aislado, por ejemplo como una actividad económica más, implica una mirada reduccionista e incompleta (burguesa dice Crick).

* Profesor del Departamento de Antropología Social de la Universidad de Sevilla; E-mail: jhernan@us.es

** Doutor em antropologia pela Universidade de Santiago de Compostela e doutor em turismo pela Universidade de La Laguna, professor auxiliar com agregação na UTAD e investigador efetivo do CETRAD (Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento). E-mail: xperez@utad.pt

*** Professor Adjunto de Antropologia na Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus, Brasil). E-mail: roquepintosantos@gmail.com

Sin embargo, dada su compleja naturaleza, sería más apropiado abordarlo con una perspectiva integradora, es decir, como un fenómeno profundamente entrelazado con otros dominios de la cultura y enmarcado dentro de los procesos de globalización. Esta mirada holística permite situar al turismo en el marco del desarrollo del capitalismo como reflejo del mismo y como factor que acelera y acentúa dos grandes procesos globales característicos de la modernidad: la mercantilización y la movilidad organizada.

En el primer nivel, el turismo es un mercado de representaciones y lugares que mercantiliza lo particular en un mundo global. La actividad pone en circulación no sólo bienes y servicios, sino también -y sobre todo- ideas intangibles profundamente asociadas a valores culturales contemporáneos que son transformadas en productos o mercancías. Por ejemplo, las nociones occidentales de pureza, primitivismo, naturaleza o autenticidad se materializan y localizan –de acuerdo con el marketing- en destinos turísticos específicos y, los turistas, como consumidores globales, viajan por el planeta atraídos por el disfrute de estos singulares y autóctonos productos.

Esto es posible porque en el turismo el lugar de la producción coincide con el del consumo, ya que los turistas se desplazan para consumir y lo que consumen se halla (se elabora) en el destino. Su comprensión, por tanto, no puede ser ajena a las dinámicas globales de mercantilización y consumo características del capitalismo contemporáneo, e incluso es un paradigma del fenómeno, pues supone un paso adelante en este proceso mediante el cual se llega a comercializar la propia cultura, la cual es objetivada para los propósitos del mercado global (Meethan, 2001). ¿Existe otra actividad que conjugue tan claramente la intersección entre lo global y lo local?

Al mismo tiempo el turismo se enmarca en los procesos de movilidad que caracterizan a la sociedad mundial desde la modernidad. Como indican Lash y Urry (1998), la modernidad es una sociedad en movimiento y esta movilidad ha sido posible por ser organizada. Coles, Duval y Hall (2005) plantean en este sentido la necesidad de enmarcar el turismo en los procesos globales de movilidad como una forma de movimiento humano dentro de un espectro mucho más amplio de las movilidades sociales y físicas junto con las migraciones, las peregrinaciones o los desplazamientos continuos que forman parte de la experiencia cotidiana de las poblaciones contemporáneas. De hecho, las fronteras entre algunas formas de turismo y otras prácticas de movilidad (peregrinaciones y migraciones) son a menudo borrosas, porque estos desplazamientos con objetivos distintos se integran dentro de la misma actividad viajera de las personas.

En definitiva, el turismo es parte que se retroalimenta de otras dinámicas y, al mismo tiempo, influye en los procesos. Por ello, frente a una mirada sesgada, que impide su comprensión global, la Antropología Social tiene capacidad para ofrecer una perspectiva integradora que lo enmarque en dinámicas globales de movilidad y mercantilización, lo que a nuestro juicio constituye el camino para la interpretación adecuada. No es casual por ello que, dentro de la propia disciplina, la Antropología del Turismo sea una de las especializaciones que más contribuye al conocimiento de temas centrales que preocupan a la comunidad antropológica en su conjunto, tales como la globalización, la localización, el consumo, los modelos de desarrollo o los patrones de movilidad, por citar sólo algunos (Santana, Pereiro y Hernández-Ramírez, 2014).

Desde los noventa, la expansión territorial del fenómeno y su variable efecto sobre la cultura están suscitando nuevas reflexiones antropológicas que desbordan anteriores intereses y enfoques. El fenómeno alcanza también a otros ámbitos académicos y profesionales situados en los países del *Sur* de habla lusa y castellana donde el desarrollo y las repercusiones de la actividad adquieren ciertos rasgos particulares. En la geografía de América del Sur y de la Península Ibérica proliferan los destinos turísticos especializados en una gran diversidad de ofertas y los impactos socioculturales del mismo afectan al núcleo de la cultura de los destinos tanto a las manifestaciones más significativas del legado cultural como a las propias comunidades y grupos étnicos localizados en este vasto territorio.

En este monográfico de la revista *Pasos* se presentan las principales aportaciones que los teóricos y etnógrafos latinos e ibéricos han aportado al campo de la Antropología del Turismo. Nos preguntamos si desde estos países del Sur se podría hablar de un enfoque particular al fenómeno, es decir, de una mirada especial en cuanto a perspectivas teóricas y asuntos tratados o, si por el contrario, los temas investigados y los marcos teóricos empleados como instrumentos de investigación replican los modelos diseñados previamente en los países anglosajones con una mayor tradición en los estudios sobre turismo.

Para responder a la cuestión planteada, en el presente número se presentan cinco artículos que repasan las contribuciones más significativas realizadas al estudio del turismo desde la perspectiva antropológica en Argentina, Brasil, España, Portugal y Uruguay. El esfuerzo de los autores que firman en este número por desarrollar una genealogía de la producción antropológica sobre turismo en los países donde investigan constituye una interesante aproximación a los principales estudios, debates y avances de la Antropología del Turismo iberoamericana. Obviamente, la ausencia del resto de países que conforman el ámbito cultural seleccionado no agota el tema en cuestión, que sin duda debería seguir siendo explorado.

Las genealogías de la Antropología del Turismo realizadas revelan que este campo de estudio ha pasado de la inexistencia o marginalidad hasta su institucionalización y cierta normalización. En todos los países analizados el desarrollo de este campo ha sido tardío, lo cual es muy llamativo pues el modelo de turismo *fordista* se implantó tempranamente en los sesenta y setenta en regiones concretas de este amplio territorio. En este sentido, Margarita Barretto y Alejandro Otamendi resaltan que, en los países del Plata (Uruguay y Argentina), el proceso de institucionalización de la Antropología del Turismo ha sido muy rápido pues las etnografías pioneras se realizan a principios de la década de los noventa y en la actualidad se halla presente en distintas universidades, centros de investigación e instituciones nacionales e internacionales.

Este origen es paralelo en Brasil donde la antropología empezó a interesarse por el turismo en esta misma década (Banducci, 2001; Steil, 2002; Barretto, 2003). Sin embargo, como Roque Pinto señala en este volumen, el grado de consolidación de este campo científico es todavía marginal por cuanto las aportaciones suelen diluirse en investigaciones centradas en otros temas considerados más relevantes y financiados por entidades públicas de desarrollo, tales como la conservación ambiental o problemáticas indígenas, raciales, de género y religión, entre otros.

También en España y Portugal este campo de estudio se consolida a finales de los noventa. Sin embargo, en las dos décadas anteriores se publicaron notables investigaciones, pero como hechos aislados y casi siempre en el seno de la Teoría de la Dependencia como marco dominante y característico de esta etapa de producción del conocimiento antropológico, que subraya los impactos generados en las comunidades receptoras. En este sentido, los trabajos de Javier Hernández-Ramírez, centrado en España, y de Xerardo Pereiro y Filipa Fernandes en Portugal desgran las principales aportaciones realizadas en estas tempranas etapas, verificando en estos casos un crecimiento continuo de las investigaciones sobre todo a partir del presente siglo.

En todo este proceso ha tenido un especial protagonismo la publicación de etnografías sobre turismo en revistas científicas especializadas y genéricas que tienen al español y al portugués como principales lenguas vehiculares, entre las que destacan *Ankulegui*, *Estudios y Perspectivas y Turismo*, *Horizontes Antropológicos*, *Naya (Noticias de Antropología y Arqueología)*, *Pasos (Revista de Turismo y Patrimonio Cultural)* y *RBTur (Revista Brasileira de pesquisa em Turismo)*.

Al mismo tiempo la presencia de los investigadores de este campo en congresos nacionales e internacionales de Antropología y otras disciplinas ha actuado como caja de resonancia de las investigaciones realizadas contribuyendo a despertar el interés por nuevos estudios. Pero ha sido la institucionalización de la Antropología del Turismo en distintas universidades y centros de investigación la que ha consolidado este campo, destacando la producción científica en forma de tesis doctorales y trabajos de maestría.

Las etnografías centradas en el turismo realizadas por autores ibéricos y latinoamericanos tratan de captar la complejidad del fenómeno, analizando temas de lo más diverso. Si bien los asuntos tratados generalmente convergen con las preocupaciones de la comunidad antropológica internacional, podría decirse que la producción científica en estos países incide en una serie de temas específicos que conectan con las tradiciones investigadoras nacionales, así como con las realidades culturales específicas y las modalidades turísticas que se implantan en este territorio. De acuerdo con lo anterior son cinco las unidades de análisis más estudiadas en su relación con el turismo: el patrimonio cultural, las modalidades de desarrollo, las representaciones turísticas, el medio ambiente y las poblaciones originarias y locales receptoras.

De los temas señalados, el más recurrente es el estudio de las relaciones entre el patrimonio cultural y el turismo. Los autores basculan desde la crítica a la mercantilización de la cultura y los procesos de reinención de la misma hasta el análisis de las interacciones y negociaciones que se producen entre el sector y las poblaciones receptoras. Como producto de esta mirada desde el turismo el tratamiento de la autenticidad de la experiencia, de los espacios y los objetos está generando fructíferos resultados que permiten refinar dicha noción e incluso reformular el acercamiento al patrimonio cultural, anteriormente circunscrito a los estudios sobre folklore, cultura popular y museología.

El desarrollo turístico es un asunto que también reúne una creciente producción bibliográfica y que repercute directamente en el desarrollo del conjunto de la disciplina. Tal como plantea Martínez Mauri en este volumen para el caso español se podría hablar incluso de una turistificación de la Antropología del Desarrollo. El fenómeno está relacionado fundamentalmente con la gran expansión de la actividad y el convencimiento de las instituciones públicas de que la promoción del turismo en zonas cuyas bases materiales están en crisis puede ser la vía para la convergencia con los países del Norte, ya sea a través de la Cooperación al Desarrollo o mediante estrategias de dinamización en ámbitos sobre todo periféricos en el marco del llamado Turismo Comunitario.

Esta temática enlaza directamente con el estudio de los pueblos originarios convertidos en destinos turísticos, que constituye una de las preocupaciones características de los investigadores, tal como indican Barretto y Otamendi para el caso de “los países del Plata”, Pereiro y Fernandes para el portugués y Hernández-Ramírez para el español.

Por último, la investigación sobre las imágenes turísticas proyectadas sobre la cultura autóctona y sobre la naturaleza es otro asunto fructífero en el que las investigaciones resaltan cómo la atracción por lo vernáculo y la reinención de la naturaleza afectan directamente a las poblaciones, a las novedosas relaciones interétnicas que propicia y las modalidades de prácticas de consumo que suscita.

La serie de investigaciones más específicas que completan el volumen ilustran nuevas orientaciones e inquietudes de la Antropología del Turismo de habla hispana y lusa. De un lado, se presentan tres trabajos que evalúan las políticas públicas en materia de turismo y cultura, lo que constituye un campo con un gran potencial. Borba y Barretto analizan los efectos de las políticas públicas de cultura y turismo entre los Maracatu de Pernambuco (Brasil) como mecanismo para la reafirmación y empoderamiento de este grupo tradicional. Por su parte, Esther Fernández de Paz compara críticamente las políticas públicas en la puesta en valor del trabajo artesano en dos experiencias contrapuestas en Chile y España, y reflexiona sobre la capacidad de los poderes públicos para articular equilibradamente las dimensiones sociales y patrimoniales con las comerciales y turísticas.

Por último, el texto de Filipa Fernandes se centra en un análisis sistémico del turismo en la región autónoma portuguesa de Madeira, un conjunto insular de la Macaronesia, en la cual el turismo juega un papel central. Después de presentar las estructuras y los agentes sociopolíticos de esta región atlántica, nos muestra la oferta de alojamiento y las experiencias de animación turística, especialmente las de senderismo, tan recurrentes en Madeira. Su texto es un ejemplo metodológico de como la antropología puede y debe utilizar “números” en la etnografía, pues ello enriquece mucho la comprensión del turismo.

De otro lado, otros dos artículos se centran en el estudio de las repercusiones del turismo en sociedades locales concretas. Aunque esta temática es un asunto clásico en la Antropología del Turismo, lo novedoso es que los grupos son analizados como actores que intervienen, ya sea promoviendo la actividad o resistiéndose a la misma, lo que contrasta con anteriores miradas que contemplaban a las comunidades como entidades homogéneas y víctimas pasivas ante fuerzas globales depredadoras y externas.

Valverde, Maragliano e Impemba analizan las tensiones derivadas de la actividad turística en el territorio de los Mapuche de Neuquén (Argentina), describiendo episodios de protesta de grupos Mapuche ante la actividad turística (demanda de protección ambiental y de derechos sobre tierras) y acciones que persiguen la visibilización de este pueblo originario y su reconocimiento como comunidad, mediante la estrategia étnica de apropiación y redefinición de las imágenes de lo mapuche que, a pesar de ser sumamente folklorizadas y esenciales, se utilizan para su posicionamiento como grupo y alcanzar legitimidad para acceder a recursos e ingresos turísticos. Por su parte, Grünwald estudia al turismo como una fuerza que intensifica la posición históricamente subordinada del grupo étnico Pataxó (Brasil). Sin embargo, considera el autor que el impulso de estrategias de etnodesarrollo diversificado desde el interior del grupo tiene capacidad para frenar la dinámica de dominación impuesta por la industria del turismo.

En definitiva, el balance de la producción científica antropológica sobre turismo que se presenta en este volumen es alentador. No obstante, es conveniente profundizar en las temáticas abordadas, pero también es necesario impulsar el estudio de otros ámbitos originales que, a modo de ilustración, abarcarían desde los significados del espacio turístico, las nuevas tendencias de consumo, los procesos museificación, hibridación o neomonumentalismo, las políticas y organizaciones internacionales del turismo, hasta las formas de resiliencia, gobernanza o redes de actores.

Un sinfín de asuntos que nos aproximan al objetivo de conocimiento holístico del fenómeno turístico, abriendo un enorme abanico de posibilidades futuras, entre las cuales se encuentra la posibilidad de dialogar interdisciplinariamente desde un reconocimiento claro de la especificidad de la Antropología del Turismo y una turistificación de los objetos de estudio antropológicos.

Bibliografía

- Banducci Junior, Álvaro
2002 “Turismo y Antropología en Brasil. Un estudio preliminar”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 11 (1): 9-26.

- Barretto, Margarita
2003 “O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e à compreensão do turismo”. Horizontes Antropológicos, vol. 9 (20): 15-30.
- Chambers, Erve
2000 Native Tours. The Anthropology of Travel and Tourism. Illinois: Waveland Press.
- Coles, Tim; Duval, David T. y Hall, Michael
2005 “Sobre el turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar”. Política y Sociedad, Vol. 42(1): 85-99
- Crick, Malcolm
1992 “Representaciones del turismo internacional en las ciencias sociales: Sol, sexo, Paisajes, Ahorros y Servilismos”. En Jurdao, F. (comp.) Los mitos del Turismo. Madrid: Endymión, pp. 341-353.
- Galani-Moustafi, Vasiliki
2000 “The Self and the Other. Traveler, ethnographer, tourist”. Annals of Tourism Research, 27 (1): 203-224.
- Lash, Scott y Urry John
1998 Economías de signos y espacio. Buenos Aires: Amorrortu.
- Mauss, Mauss
1979 Sociología y Antropología. Madrid: Tecnos.
- Meethan, Kevin.
2001 Tourism in global society. Place, culture and consumption. New York: Palgrave.
- Nash, Dennison
1981 “Tourism as an Anthropological subject”. Current Anthropology, n° 5: 461-481.
- Salazar, Noel
2006 “Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de culturas, poderes e identidades generados por el turismo”. Tabula Rasa, n° 5: 99-128.
- Santana, Agustín, Pereiro, Xerardo y Hernández-Ramírez, Javier
2014 “La antropologización del turismo y la turistificación de la Antropología”. En Tomás, Andreu et al. Periferias, fronteras y diálogos. Una lectura antropológica de los retos de la sociedad actual. Tarragona: URV, pp. 165-172.
- Steil, Carlos A.
2002 “O turismo como objeto de estudos no campo das ciências sociais”. En Riedl, M. et al (Org.) Turismo rural: tendências e sustentabilidades. Sanata Cruz do Sul: EDUNICS, pp. 51-80.
- Smith, Valene (Coord.)
1992 Anfitriones e invitados. La Antropología del Turismo. Madrid: Endymión.
- Swain, Margaret B.
2000 “Anthropology”. En Jafar Jafari. Encyclopedia of Tourism. London: Routledge, 23-26.
- Van den Bergue, Pierre L.
1980 “Tourism as ethnic relations: a case study of Cuzco, Peru”. Ethnic and Racial Studies, vol. 3 (4): 375-92.

Notes

- ¹ Según Marcel Mauss los fenómenos sociales totales son “hechos que ponen en juego a la totalidad de la sociedad y de sus instituciones porque los problemas que plantean son al mismo tiempo jurídicos, económicos, religiosos e incluso estéticos y morfológicos” (Mauss, 1979: 258-260).

Este número especial se enmarca en el trabajo de los proyectos: Turismo: Aportações teórico-metodológicas” (PROPP/UESC 00220.1700.1076) y “Diseño de escenarios óptimos de gobernanza turística en Reservas de la Biosfera” (CSO2012-38729-C02-01.), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad. Gobierno de España.

Sometido a revisión por pares

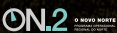
dourointour

À Descoberta do Douro das Quintas

visite-nos
www.dourointour.pt



Co-financiamento



UNião Europeia
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional



Porto Digital



APHVIN / GEHVID
Associação Alentejana de
Produção de Vinho e do Turismo

Antropología y Turismo en “los países del Plata” (Argentina y Uruguay)

Margarita Barretto*

Universidad Federal de Santa Catarina (Brasil)

Alejandro Otamendi**

Universidad de Buenos Aires (Argentina)

Resumen: El siguiente artículo presenta la creciente producción antropológica en el campo temático del turismo de Argentina y Uruguay. Desde comienzos de la década de noventa hasta el presente, el interés etnográfico de los investigadores sobre los distintos aspectos del turismo se ha incrementado sustancialmente, lo cual evidencia que la elaboración de trabajos académicos es cada vez más recurrente, así como diversa. En las próximas páginas intentaremos recorrer algunas de las investigaciones con las que hemos tenido contacto bibliográfico y aquellas que han sido presentadas en congresos de antropología social, especialmente en distintas instancias de la Reunión de Antropología del Mercosur (RAM) y del Congreso Argentino de Antropología Social (CAAS), en las que hemos tenido lugar como coordinadores de grupos de trabajo sobre antropología y turismo. Podríamos decir que el campo del turismo en la antropología social y cultural de Argentina y Uruguay se halla instalado en el ámbito académico local, apuntando a nuevos paradigmas.

Palabras Clave: Producción antropológica, turismo

Anthropology and Tourism in Argentina and Uruguay

Abstract: This article analyzes the state of the art in anthropological research on tourism in Argentina and Uruguay. A growing interest in tourism as a research object has been detected since the nineties to the present, with a very rich and diversified production as a result. The following pages will be dedicated to comment some already published research results and also some ongoing research presented in conferences such as RAM (Mercosul Anthropology Meeting) and CAAS (Argentinian Conference in Social Anthropology) where the authors have acted in the conduction of workshops. The authors consider that tourism as a research field is being consolidated in Argentina and Uruguay with innovative approaches suggesting new paradigms.

Palabras Clave: Anthropological production, tourism

1. Introducción

Argentina y Uruguay son dos países unidos y, al mismo tiempo, separados por el Río de la Plata. Aunque bañados por otros ríos, como el Uruguay que también establece frontera entre los dos países, se conocieron frecuentemente como países “del Plata” dado que sus respectivas capitales, Buenos Aires y Montevideo, están a ambas orillas del que fuera llamado por los indígenas precolombinos “río ancho como mar”. Fueron, inclusive, durante un tiempo, un solo país: las Provincias Unidas del Río de la Plata,

* Docente de la Universidad Regional de Blumenau e investigadora del CNPq_ Consejo Nacional de investigación, Brasil. Docente invitada en cursos de las Universidades de Buenos Aires, Córdoba y Tucumán (Argentina); E-mail: barretto.margarita@gmail.com

** Docente UBA y UNLA, e Investigador de Sección Etnología, Instituto de Ciencias Antropológicas, FFYL, UBA (Argentina)

aunque claramente diferenciados de sus vecinos próximos Brasil y Paraguay. Si bien tanto Argentina como Uruguay tienen una historia e identidad propia y particular configurada desde hace casi dos siglos, las similitudes idiomáticas y prácticas culturales de ambos países llevan a un permanente intercambio, incluso en el ámbito de las actividades turísticas.

Por todo ello no es extraño hacer un artículo condensando la producción académica de los dos países, en algo que les es tan reciente como son los estudios de turismo a partir de la antropología, la llamada “antropología del turismo”, denominación esta que fue paradójicamente criticada por uno de los primeros antropólogos en estudiar turismo en Estados Unidos al final de la década de 1970. Nelson Graburn (2009) sostiene que no hay una antropología específica “del” turismo, sino que la Antropología tiene como uno de sus objetos de estudio al turismo.

En el presente artículo recorreremos entonces la bibliografía que se vincula al turismo desde una perspectiva antropológica, así como también haremos mención de los eventos académicos en donde coincidieron las distintas investigaciones etnográficas relacionadas con la actividad turística, agrupando y profundizando así las principales áreas temáticas referidas a este campo del conocimiento. Por una cuestión de orden expositivo, en las próximas líneas intentaremos seguir dos ejes: uno cronológico y otro temático. En el primero, avanzaremos mostrando cómo a través de los años fueron sumándose distintos autores e investigaciones al campo, mientras que en segundo analizaremos algunos de los temas centrales y características propias detectadas en las etnografías platenses.

2. Los primeros pasos

Los estudios de antropología relacionados al turismo en las dos orillas del Río de la Plata, Argentina y Uruguay, empezaron alrededor de los años 1990. A pesar que el turismo fue una actividad económica importante en los dos países durante todo el siglo XX, con la creación de balnearios y estaciones termales ya en el siglo XIX en Argentina, y con la creación pionera de un Consejo Nacional de Turismo en los años 1920 en Uruguay, los estudios científicos de turismo empezarían muchos años después.

En la República Argentina los primeros trabajos datan de la última década del siglo XX, cuando el crecimiento del turismo internacional y los procesos de turistificación locales vinieron acompañados con nuevas investigaciones etnográficas en el campo académico, en gran parte influenciados por los estudios en el vecino Brasil, donde la antropología empezó a interesarse por el fenómeno en los años noventa (Banducci Jr. 2001; Steil, 2002; Barretto, 2003) siguiendo el camino de la geografía que lo había hecho en la década anterior.

Un marco importante desde el punto de vista de la institucionalización de los estudios de antropología direccionados al turismo es el año de 1999, cuando durante la III Reunión de Antropología del Mercosur (RAM¹), en Posadas, Misiones (Argentina), donde se dio un espacio para la Comisión de Antropología del Ocio y del Turismo, aunque los investigadores de Argentina presentes al evento, más que antropólogos, eran turistólogos y geógrafos.

Vale reproducir algunos trechos de Barretto (2009) en que se hace un histórico de esta primera incursión del turismo en una “ciencia seria”, dado el aspecto anecdótico que la acompaña. Por cuestiones organizacionales e informacionales los participantes recibimos la información de que nuestra comisión empezaría el segundo día; no obstante, en el programa oficial se señalaba que empezaría el primer día. Desconcertados porque nos habíamos organizado para la primera alternativa, tuvimos que oír las infaltables bromas, tales como que “la comisión está en trabajo de campo: haciendo turismo”.

Esto fue nada más la manifestación de la representación social vigente de la época dentro del medio académico no solo en estas latitudes sino en el mundo en general. Según Nash el turismo siempre fue objeto de una “falta de respeto generalizada [...] dentro de la cultura de los antropólogos” (1996:90); quizás porque también el turista es un personaje con un *ethos* al que se le adjudica una jerarquía inferior al etnógrafo o al viajero (Urbain (1993), o porque simultáneamente el turismo es considerado una actividad superficial, moderna e impropia de la investigación etnográfica (Galani-Moustafi, 2000).

Pero los trabajos no solamente transcurrieron con un nivel excelente de discusión sino que además tuvimos un espacio en la reunión plenaria para registrar que era necesario que las ciencias sociales en general y la antropología en particular cambiaran de actitud respecto a los estudios de turismo, no solamente para que hubiera espacio dentro del medio académico sino porque muchos de los problemas socio ambientales y culturales ocasionados o atribuidos a esta actividad -que justamente provocan su rechazo como objeto de estudio- podrían, paradójicamente, ser evitados o minimizados si los antropólogos

y sociólogos intervinieran en la planificación, lo que permitiría colocar algunos límites a la voracidad del capital internacional.

A partir de entonces los grupos de turismo tuvieron espacio en casi todas las Reuniones de Antropología del Mercosur que se siguieron, menos en la de 2003, realizada en la Universidad Federal de Santa Catarina, paradójicamente una de las universidades donde más hubo estudios pioneros sobre turismo desde la perspectiva antropológica, y, nuevamente la parte anecdótica, los investigadores del tema presentes en la ciudad de Florianópolis, se reunieron (nos reunimos) en un “asado de trabajo”. Nuestros “papers” no fueron publicados en las actas del encuentro, pero tuvimos nuestra discusión científica “extra muros”, lo que resultó en un número especial de la revista *Horizontes Antropológicos* (2003) de la Universidad Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS), consolidando así el grupo de investigación Cultus (Cultura, Turismo e Sociedade) creado en 2002, en la actualidad coordinado por Carlos Steil, de dicha universidad.

A partir del año 2000 el turismo también conquistó su lugar en la XXIV Reunión de la Asociación Brasileña de Antropología (Abant), con un grupo de trabajo coordinado por Alvaro Banducci Jr. que era uno de los presentes a la RAM de 1999. De esta reunión surgió un importante aporte para la turismología argentina. Se trata de un número especial de la revista *Estudios y Perspectivas en Turismo* (2002), que colocaba a los lectores de esta publicación, pionera en América Latina y en el mundo de habla hispana, en contacto con los artículos producidos en el país vecino, de los que, muchas veces por la barrera lingüística, la comunidad científica rioplatense estaba distante.

Las fronteras entre la geografía y las ciencias sociales nunca se hicieron rígidas en lo que a la investigación turística se refiere, inclusive porque -como ya lo hemos afirmado anteriormente (Barretto; Otamendi, 2010) el turismo es un “fenómeno social total”, en el sentido atribuido por Mauss (1968), en tanto fenómeno en que se expresan al mismo tiempo todas las instituciones, religiosas, políticas y morales, económicas, suponiendo formas particulares de producción y de consumo y que por lo tanto no solo admiten sino requieren del concurso de varios enfoques disciplinares.

Así, para el caso argentino, debemos mencionar investigadores provenientes de la geografía humana como Rodolfo Bertonecello, de la Universidad de Buenos Aires y sus discípulos, como Claudia Troncoso, o Analía Almirón que han hecho un aporte invaluable a los estudios antropológicos del turismo; Emilce Cammerata (ahora jubilada) de la Universidad Nacional de Misiones, así como Patricia Ercolani, María del Carmen Vaquero y Adriana Otero en la Universidad del Comahue.

Por lo tanto, al continuar este relato sobre la participación de Argentina y Uruguay en los estudios de antropología dedicados al turismo, incluiremos investigadores que no cursaron necesariamente la carrera de grado en esta ciencia.

De tal modo, mencionaremos licenciados en turismo han realizado también muchas investigaciones de posgrado en temas de antropología, sobre todo patrimonio². Solo para citar algunos nombres, la extendida investigación que viene realizando Beatriz Rivero con su equipo sobre las misiones jesuíticas, Regina Schlüter con su incansable trabajo en la revista *Estudios y Perspectivas* antes mencionada; Hilda Puccio con el desarrollo regional, María Daniela Rodríguez que estudia las relaciones entre turistas y comunidades mapuches visitadas, así como Marcelo Impemba, Noemí Gutierrez o Graciela Maragliano cuyas tesis doctorales se sitúan en la antropología “del” turismo. Otro investigador digno de mención es Maximiliano Korstanje, quien tiene una amplia producción de reseñas y publicaciones no solo desde una perspectiva antropológica sino también a partir de consideraciones que giran en torno a la filosofía, la sociología, la psicología social y los estudios religiosos³.

Continuando con los eventos, la RAM de 2005, que tuvo lugar en la ciudad de Montevideo tampoco hubo presentaciones de investigadores rioplatenses, aunque ya el tema empezaba a interesar y permitió el primer contacto con antropólogas uruguayas dedicadas al estudio del turismo.

El año de 2007 fue un marco importante, en la RAM de Porto Alegre, durante una mesa redonda con la presencia de Nelson Graburn, que estaba pasando un año en la universidad anfitriona. Oyendo a los participantes había investigadores argentinos que se aproximaron para establecer puentes, que resultaron ser más sólidos de lo que se podía esperar de una charla post conferencia.

Como consecuencia de este encuentro, en el año de 2008 el turismo ganó su primer espacio en el Congreso Argentino de Antropología Social (CAAS), con la primera mesa de trabajo sobre el tema, coordinada por Otamendi y Barretto. Esta vez la presencia de investigadores argentinos fue importante, con algunos nombres que se proyectarían en los años siguientes, como Germán Pinque, Diego Kuper, Fabián Flores, Mora Castro, Julia Piñeiro Carreras, Patricia Torres Fernández, Enriqueta Ciarlo Bonanno y las turistólogas Noemí Gutiérrez y Graciela Maragliano,

A todo esto, en abril y mayo de 2008, Alejandro Otamendi dictó por primera vez un Seminario de Antropología del Turismo en la Facultad de Filosofía y Letras, UBA, con la idea de proveer una bibliografía básica y un estado de la cuestión elemental sobre el campo, en la formación académica, trabajando con autores como Urry (1990) o MacCannell (1999[1976]), Smith (1989), Nash (1996), Jafari (1994), el ya citado Graburn y otros. Varios de los investigadores que cursaron el seminario luego participarían del IX CAAS antes mencionado.

Acto seguido, en septiembre de 2009, en la VIII RAM, en Buenos Aires, hubo 74 inscriptos, de los cuales se seleccionaron 40 trabajos y el GT Turismo, Cultura y Sociedad fue, entre 72 grupos, el segundo en número de inscripciones y el primero en presencia efectiva con 85% de asistencia dentro de una media general para el congreso de 60%.

Podemos decir que este momento marca la instalación del campo turístico en la antropología argentina, con el trabajo de Sofía Ceconi sobre los puntos de encuentro y tensión en la promoción del tango como hecho cultural enmarcado en las políticas de la ciudad de Buenos Aires, y el de Vivian Irene Arias con el primer trabajo de análisis del turismo en las provincias del norte argentino⁴. También se presentaron investigaciones realizadas por no-antropólogos que, no obstante trabajan temáticas desde la perspectiva sociocultural de la disciplina. Es el caso de Lia Nakayama y Susana Marioni que introdujeron en Argentina los estudios sobre *Amenity Migration*.

La RAM de 2011 se realizó en julio en la ciudad de Curitiba, estado de Paraná, Brasil y el turismo fue discutido en dos momentos, en un grupo de trabajo⁵ y en una mesa redonda con la participación de Alejandro Otamendi como expositor de una síntesis de la antropología dedicada al turismo en Argentina (Otamendi, 2009).

En ese mismo año aunque en el mes de noviembre y diciembre, el grupo de trabajo dedicado a turismo en el X CAAS, coordinado por Julia Piñeiro y quienes escriben, los investigadores argentinos y uruguayos sumaron la mitad de los ponentes, mostrando que el tema sigue su curva ascendente en el ámbito científico regional, hasta entonces compuesto por mayoría de investigadores brasileños. Allí expusieron sus trabajos los autores de Argentina Fernando Navarro, Elisa Lacko, Juan Esteban de Jager, Patricia Torres Fernández, Valeria Caldironi, Lucas Ramírez, Catalina Ferstein, Fabián Flores, Liliana Berguesio y Cecilia Mangione. Mientras que de Uruguay presentaron los investigadores Mónica Maronna, Rossana Campodónico y Martín Gamboa.

Una situación similar se dio en el marco de la X RAM en la ciudad de Córdoba (Argentina) en el año 2013, en donde aproximadamente la mitad de los investigadores fueron de origen rioplatense, mientras que el resto fueron brasileños.

De la otra orilla, en la última década del siglo Gabriela Campodónico y Rossana Campodónico desde la antropología, Mónica Maronna desde la historia, y Alvaro López Gallero desde la geografía, hacían su aporte, directa o indirectamente, a la antropología del turismo, seguidos poco tiempo después por los arqueólogos Leonel Cabrera, Carmen Curbelo y los antropólogos Martín Gamboa e Isabel Barreto así como Paula Florit, Jorge Leal y Alfredo Falero, sociólogos.

En el plano virtual, desde el 2001 hasta 2009, la revista NAYA (Noticias de Antropología y Arqueología)⁶ aportó una dinámica línea de discusión a partir de la organización de congresos virtuales de turismo cultural y de intercambios de mensajes en su comunidad igualmente virtual, a través de foros y chats. Su postura frente al turismo era la de valorar el patrimonio cultural, y manifestar expresamente su compromiso de acción con los pueblos originarios y comunidades relacionadas con la actividad. En dicha línea, la antropóloga Claudia Cóceres (2007) tuvo un importante rol en la organización de eventos virtuales y presenciales sobre turismo cultural, siendo su libro un texto de divulgación especialmente orientado a guías de turismo.

En el año 2003 se empieza a publicar en España el periódico científico *on line* Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, que permitirá que, definitivamente, los antropólogos de habla hispana tengan contacto con las más recientes investigaciones de turismo desde una perspectiva predominantemente antropológica, sin la obligación de saber inglés.

3. Temas predominantes en los estudios de turismo en la antropología del Río de la Plata

En lo que a los temas tratados por la antropología dentro del turismo se refiere, uno de los aportes es la obra de Julio Carvajal (1992), a través de la cual se introducen sintéticamente algunos términos y características muy genéricas del turismo y de la antropología aplicada (aunque con un fuerte sesgo folklórico), así como también se denuncian ciertas consecuencias de la actividad turística (actitudes

racistas, comportamientos etnocéntricos, etc.). La originalidad de su trabajo está relacionada con la idea de un marco ético e ideológico que oriente la planificación hacia una “solidaridad social” en vez de hacia la “alienación sociocultural” que produciría el turismo de masas, según la literatura vigente. Para lograr esto, Carvajal exalta la figura del *guía* de turismo como “animador sociocultural” y como “agente intermediario de los contactos interculturales entablados por los turistas y los pueblos receptores” (1992: 89). El énfasis de dicha obra está puesto en el área temática de las relaciones turistas-anfitriones y, en menor medida, en los impactos. No obstante, el turismo apenas es caracterizado con definiciones tautológicas o por la negativa (“no es una industria”), restándole valor conceptual y explicativo.

En la bibliografía argentina también es posible hallar algunos trabajos tempranos de la antropóloga Ana María Dupey relacionados con el turismo y el folklore y sobre su tratamiento teórico y epistemológico (1998), el turismo y la autenticidad vinculado a casos como el de Disneylandia (1995), y el rol de los antropólogos como consultores en emprendimientos turísticos, haciendo mención de un caso concreto en el que fue convocada como tal por las autoridades de la provincia de Chubut (2000). Esta autora, si bien en el presente no sigue dedicada al campo específico del turismo, colabora como evaluadora de publicaciones sobre el tema y presenta algunas reflexiones sobre la política de la representación del folklore y su instrumentación como recurso del turismo (2008).

4. Turismo y pueblos originarios (comunidades indígenas)

Desde el 2002 se incrementaron en la Argentina los estudios sobre el turismo en pueblos originarios, fundamentalmente grupos Mapuches de las provincias de Neuquén y Río Negro, (García & Valverde, 2006 y 2007; Impemba, 2008, 2013; Morey & Valverde, 2005; Balazote & Radovich, 2009, entre otros). En líneas generales, y si bien el turismo a veces no es el eje central del estudio, tales escritos poseen un matiz crítico sobre la actividad y sus efectos sobre los grupos mencionados, destacando las diferentes estrategias económicas (principalmente la producción de artesanías) y las formas de aceptación/rechazo que adoptan los pueblos originarios. Por ejemplo, la comunidad Mapuche de San Martín de los Andes, además de haber iniciado sus propios emprendimientos turísticos, mediante cortes de rutas cercanas al centro de ski Chapelco como modalidad de reclamo, ha logrado no solo su visibilidad frente a los turistas y a las autoridades locales, sino también como una vía posible para la solución de problemas de orden ecológico, económico y político que afectaba a sus tierras (Valverde, 2002 y 2005).

En los temas turismo étnico y ecoturismo también es necesario destacar las investigaciones de Mora Castro (2008) y Patricia Torres Fernández (2010, 2011), quienes reflexionan sobre la conceptualización del turismo étnico, la exotización, la representación del medio ambiente, los discursos sobre la gobernabilidad y los usos culturales de la etnicidad y alteridad en el diseño e implementación de políticas nacionales y provinciales de turismo⁷. En la misma línea, Germán Pinque (2008), de la Universidad Nacional de Córdoba, presentó una etnografía que evidencia similares procesos de reflexividad y modificaciones culturales producidas en una comunidad de las Sierras Grandes de esa provincia.

5. Turismo y Patrimonio

Respecto a los usos sociales y conservación del patrimonio cultural, abundan allí los trabajos antropológicos. Sin embargo, no todos ellos están necesariamente ligados a la actividad turística pero muchos se vinculan indirectamente (Cóceres, 2007). Es el caso de Marcelo Álvarez (2002) quien, si bien sus investigaciones están ancladas en la antropología de la alimentación, ha trabajado sobre el mapeado de las rutas gastronómicas en la Argentina y Sudamérica. De la misma manera, Mónica Lacarrieu (2002) y Mónica Rotman (2004) se han referido a los usos del patrimonio cultural en función de las identidades locales y el turismo. El tango como patrimonio también ha sido abordado por Mariana Gómez Schettini (2011).

Regina Schlüter, dentro de su vastísima producción investigativa en el campo del turismo, ha hecho también importante aporte a los estudios de la relación con el patrimonio, algunos de ellos con énfasis en la gastronomía.

Desde el plano del patrimonio arqueológico, Carolina Crespo y Margarita Ondelj (2004) han escrito sobre el tratamiento del arte rupestre y sitios arqueológicos de la Patagonia, mientras que Jorge Sosa (2008) ha desarrollado una profunda y fascinante investigación sobre la utilización y deterioro de las ruinas de los *Indios Kilmes* en la provincia de Tucumán (Argentina), al mismo tiempo que ha contribuido

y colaborado en el diseño de proyectos de etnoarqueoturismo en la comunidades del norte de esta misma provincia. De igual modo, desde la perspectiva de la arqueología urbana, Marcelo Weissel (2006) ha desarrollado múltiples conferencias y publicaciones sobre el patrimonio cultural y arqueológico del barrio de La Boca en la ciudad de Buenos Aires y sobre la importancia en la enseñanza a los guías de turismo de la historia “bajo las baldosas porteñas”.

Del otro lado del río, el antropólogo uruguayo Martín Gamboa, también ha incursionado en la investigación en el campo turístico, por un lado en área del “turismo arqueológico” (2011) y más recientemente en la línea de la producción simbólica del “turismo místico”(2012).

6. Turismo y representaciones sociales

Otros autores han profundizado sobre las representaciones sociales y otros factores simbólicos de la actividad turística. La investigación de Julia Piñeiro Carreras (2008, 2011a y 2011b)⁸ sobre las percepciones sociales involucradas en el proceso de desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Victoria, provincia de Entre Ríos, a partir de la construcción del puente Rosario-Victoria, no sólo da cuenta de un proceso histórico de transformación social y económico en la localidad, sino también expone controversias públicas, redefinición de parámetros jurídicos y reformulación de las concepciones simbólicas de los *victorienses* sobre su ciudad.

Por su parte, Fabián Flores (2008, 2011, 2013) avanza sobre la investigación antropológica del turismo religioso en las ciudades de San Nicolás y Luján, en la provincia de Buenos Aires, sin dejar de analizar el contexto etnográfico e histórico que le da sentido, y profundizando conceptualmente sobre algunas categorías que definen al turista y al turismo. Por otra parte, también puede mencionarse la investigación sobre el turismo místico-esotérico, tal como lo denomina Norrild (1998), en el área del norte de la provincia de Córdoba, en relación a los procesos sociales de construcción de imaginarios y representaciones sociales del turismo en la comunidad de Capilla del Monte (Otamendi, 2005, 2008), además de otras compilaciones sobre la antropología y el turismo (Otamendi, 2009).

Otro tema de investigación aplicada recurrente ha sido el desarrollo y sus indicadores, tema en el que se pueden situar las investigaciones de la socióloga Bernarda Barbini (UNMdP) y de Alejandro Capanegra (UNLa)⁹

7. La Naturaleza

Los esfuerzos intelectuales que intentaron universalizar la oposición entre la naturaleza de la cultura, los cuales alcanzaron su apogeo bajo la bandera del estructuralismo de Levi-Strauss (1949), todavía han dejado secuelas en la producción antropológica contemporánea. Sin embargo, los estudios etnográficos, especialmente ubicados en el continente sudamericano, han demostrado que la naturaleza está atravesada por categorías culturales y es integrada de distintos modos a la vida social, sin necesariamente estar “opuesta” o “alejada” (Descola, 2002). En campo temático del turismo la categoría moderna de la “Naturaleza” adquiere un poder simbólico muy especial. De tal modo, los espacios naturales -parques nacionales, áreas protegidas, ámbito rural, etc- adquirieron una valoración social positiva dado que son sitios muy buscados por los turistas, generalmente de áreas urbanas, ciudades o zonas industriales, recursos escasos que, enaltecidos, se constituyen como “patrimonio natural”. Esta valoración no queda relegada a un solo lugar o un solo país, sino que también lo hacen entes internacionales como la UNESCO, por ejemplo en el caso de las cataratas de Iguazú, en lo que se evidencia una atribución de valor transnacional.

Asimismo los trabajos sobre la patrimonialización de sitios como Delta del Paraná (De Jager, 2013) o la Laguna de Rocha (Lembo, 2013) evidencian cómo la naturaleza cada vez más es permeada por las nociones culturales. El “discurso verde” se asocia con la actividad turística en pos de reivindicar el lugar de lo natural como un espacio “virgen”, “puro”, “único”, “distinto”, incluso “mágico”, que es digno de cuidado y preservado frente al avance de la deforestación y de la modernidad. De tal forma, dicho discurso no sólo se relaciona con una ecología que tienda a preservar el medio ambiente, sino también con prácticas turísticas vinculadas a términos tales como “sustentabilidad” o “calidad ambiental”. Así, el “patrimonio natural” deja de ser un espacio propio de la naturaleza donde la humanidad no “progresa”, sino como un espacio de interacción social que es utilizado como un recurso turístico sumamente rico. Por otra parte también se observa en las etnografías locales, cómo algunos espacios naturales son

considerados sagrados, constituyéndose en santuarios de peregrinación ampliamente visitados por los turistas místicos-religiosos (Gamboa, 2012; Otamendi, 2008)

8. Turismo y comunidad

Varios trabajos de investigación etnográfica en el área rioplatense mencionan y dan cuenta de una actividad denominada “turismo comunitario” o “turismo con base local comunitaria”. En el marco de las reflexiones efectuadas, luego de las exposiciones en eventos académicos, hemos discutido si la noción de “comunidad” o el adjetivo de “comunitario” es una categoría antropológica o un término nativo. El concepto antropológico clásico de comunidad, de modo general, hace referencia a un grupo humano regido por una racionalidad basada en cierta igualdad u homogeneidad entre sus pares, ausencia de divisiones sociales jerárquicas, castas o clases, fuertemente integrado, y donde todos sus miembros mantienen un rol activo y participativo en la toma de decisiones (Godelier, 2010). Similarmente, en teoría, los integrantes de la comunidad tienen libre acceso o, al menos pueden disponer, de los recursos de uso común. Por otra parte, el turismo es una institución nacida dentro de una lógica del sistema capitalista, con una racionalidad distinta en la que prima la búsqueda del lucro, la diferenciación social y la mercantilización de las actividades.

Ahora bien, ¿en las investigaciones de “turismo comunitario” estamos hablando de una tipología de turismo elaborada por la academia o la OMT, o sencillamente es un término utilizado por algunos emprendedores, miembros de comunidades étnicas, que se han volcado al turismo? Este interrogante aún no tiene una respuesta empírica definida con exactitud, aunque lo que vemos en algunas de las etnografías presentadas es que la comunidad está asociada quizás a un pueblo, un grupo étnico, un área rural, o incluso una unidad familiar. Asimismo, turismo comunitario también en ocasiones actúa como sinónimo de turismo rural, con identidad, con base local, étnico o sustentable. La ausencia misma de una definición más específica de esta terminología está a la espera también en la antropología del turismo rioplatense. De la misma forma, lo que se observa a nivel empírico es que a veces dicha clase de turismo no tiene nada de igualitario, al menos en cuanto al acceso a los recursos, al poder de decisión, o en lo que se refiere a la distribución de los ingresos de la venta de servicios o productos artesanales.

En todo caso, nos planteamos reflexivamente si no sería más pertinente pensar en términos de organizaciones vinculadas al asociativismo o cooperativismo, en incluso unidades domésticas o familiares de producción, todos los cuales resultan etnográficamente más precisos que “comunidad”.

De todas formas el turismo comunitario, más allá de sus múltiples definiciones, aparece como estrategia alternativa de ciertos grupos sociales para generar recursos monetarios, sin perder su identidad cultural y étnica, de la misma forma que intentan preservar el modo de producción local ancestral y tradicional. Algún intento en ese aspecto lo constituye el trabajo de Enrique Timó (2008) sobre la Quebrada de Huacalera.

9. Consideraciones finales

En las investigaciones de antropología que tienen como objeto al turismo en el ámbito del Río de la Plata podríamos afirmar no existe un único paradigma teórico para analizar los casos etnográficos. La propia tradición académica y formación de los investigadores en el campo evidencia riqueza y diversidad respecto a los marcos teóricos utilizados para analizar los datos analizados en distintos contextos rioplatenses. De tal forma, podemos hallar variadas conceptualizaciones que provienen desde las industrias culturales, desde la performance, de lo global y lo local, desde las identidades étnicas, incluso desde las nociones bourdeanas de “campo” o “habitus”. De la misma manera encontramos en menor medida algunos trabajos que evidencian marcos teóricos desde el paradigma de la movilidad de Urry o incluso de las nociones de modernidad y posmodernidad de MacCannell. No obstante, la bibliografía que hoy podríamos decir “clásica” en antropología del turismo, tales como Smith, Nash, Graburn y otros autores mencionados anteriormente, no está demasiado divulgada aún en estas geografías, ya que es escasamente difundida en los centros académicos regionales. Sin embargo, más allá de ser ésto una limitación o una carencia, lo interesante es que la producción rioplatense de marcos teóricos emerge de manera original, creativa y variada sobre el campo turístico, siendo aún esta diversidad su peculiar característica, la cual es acompañada por un matiz crítico que no cae en

el lugar común de la valoración negativa o pesimista de la actividad, sino que se encuentra asociada a lo que Jafari (1994) llamaría la plataforma científica o basada en el conocimiento.

Bibliografía

- Almirón, Analía y Troncoso, Claudia
2004 “Valorización turística del Patrimonio. Temas actuales en la Literatura”. En: Rotman, M. (ed.) *Antropología de la cultura y el patrimonio*. Córdoba: Ferreira Editor. pp.95-114
- Álvarez, Marcelo
2002 “El espacio cultural de la cocina regional y los itinerarios con marca gastronómica”. *Cuadernos 4. Patrimonio Cultural y Turismo*. pp:205-221. CONACULTA. México
- Aranes, Antônio A.
1993 *Horas Furtadas. Dois ensaios sobre consumo e entretenimento*. Campinas: IFCH-UNICAMP.
- Arias, Vivian
2009 “Compartir con el turista nuestra sabiduría y cosmovisión. Propuestas turísticas de comunidades indígenas en Jujuy y Salta”. Ponencia. *VIII Reunión de Antropología del Mercosur*. GT 49. Buenos Aires: UBA. 29 de Septiembre a 2 de Octubre.
- Banducci Júnior, Álvaro
2002 “Turismo y Antropología en Brasil. Un estudio preliminar”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 11 (1): 9-26.
- Barretto, Margarita
2011 Relato da IX Reunião de Antropologia do Mercosul, Curitiba/SP Brasil). *RBTur- Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. 5(2):297-305.
- 2009 “Os estudos antropológicos sobre turismo no Brasil: uma história recente”. In: Graburn, N. et al *Turismo e Antropologia. Novas abordagens* Campinas: Papyrus, Cap. 2, pp. 53-66
- 2003 O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e à compreensão do turismo. *Horizontes Antropológicos*. 9(20):15-30.
- Barretto, Margarita y Otamendi, Alejandro
2010 “Introducción”. En: Barretto, M.(coord.) *Turismo, reflexividad y procesos de hibridación cultural en América del Sur austral* El Sauzal (Tenerife.España): ACA y PASOS, RTPC. Colección Pasos Edita.
- 2008 Crónica de eventos: IX CAAS- Misiones-2008. *RBTur- Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 2(3):106-109.
- Barretto, Margarita, Grünewald, Rodrigo de A. y Otamendi, Alejandro
2010 Crónica del evento VIII RAM-2009. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 8(2):403-409.
- Bourdieu, Pierre
1991 [1980]. *El sentido práctico*. Taurus. Madrid
- Campodónico, Gabriela
2012 “Relaciones entre cultura, turismo y patrimonio. apuntes sobre la investigaciones socioculturales en Uruguay”. *5º Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. 3 a 5 de Septiembre.
- Campodónico, Rossana
2011 Uruguay y la conformación del imaginario turístico (1930-1955). *X Congreso Argentino de Antropología Social*, FFYL-UBA. Buenos Aires, 29 de Noviembre a 3 de Diciembre.
- Carvajal, Julio
1992 *La cara oculta del viajero. Reflexiones sobre antropología y turismo*. Buenos Aires: Biblos.
- Castro, Mora
2008 “Ecoturismo: Luces y sombras de una creciente actividad entre los pueblos indígenas en Argentina”. *IX Congreso Argentino de Antropología Social*, UNAM, Posadas, 5 a 8 de Agosto.
- Cecconi, Sofía
2009 “Tango y turismo. Un acercamiento al territorio de las casas de tango”. Ponencia. *VIII Reunión de Antropología del Mercosur*. GT 49. Buenos Aires: UBA. 29 de Septiembre a 2 de Octubre.
- Cóceres, Claudia
2007 *Una lectura antropológica para el Turismo Cultural*. Buenos Aires: Ediciones Turísticas.
- Cohen, Erik
1972 “A phenomenology of tourist types”, *Sociology*, 13:179-201

- Crespo, Carolina y Ondelj, Margarita
2004 "Pinturas en las rocas, Turismo y Patrimonio en la Patagonia Argentina. Algunas consideraciones desde la antropología". En Rotman, Mónica (ed.) *Antropología de la Cultura y el Patrimonio. Diversidad y Desigualdad en los procesos culturales contemporáneos*. pp. 115-129. Córdoba: Ferreyra Editor.
- De Jaguer, Juan Esteban
2013 "Turismo, sustentabilidad y desarrollo en el bajo delta del Paraná". Ponencia. *IX Reunión de Antropología del Mercosur*. GT 18. UNC, Córdoba. 10 a 13 de Julio.
- Descola, Philippe
2002 "La antropología y la cuestión de la naturaleza". En Palacio, Germán y Ulloa, Astrid (ed.) *Repensando la Naturaleza. Encuentros y desencuentros disciplinarios en torno a lo ambiental*. (pp.155-171) Colciencias. Bogotá
- Dupey, Ana María
2008 "La política de la representación del folklore y su instrumentación como recurso del turismo". *IX Congreso Argentino de Antropología Social*, UNaM, Posadas, 5 a 8 de Agosto.
2000 "La práctica del antropólogo en los proyectos turísticos". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 9(1):72-83
1998 "Folklore y Turismo". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 7(1):24-31.
1995 "El poder escondido de los símbolos en las inversiones en turismo". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 4(1): 7-11.
Estudios y Perspectivas en Turismo, Volumen 11 (1 y 2)
- 2003 Antropología y Turismo en Brasil. Edición especial. Editora invitada Margarita Barretto.
- Flores, Fabián
2013 "Turismo y religión. El caso de Luján como espacio turístico-religioso". Ponencia. *X Reunión de Antropología del Mercosur*. UNC, Córdoba. 10 a 13 de Julio .
2011 "¿Turistas o peregrinos? Prácticas en torno al fenómeno religioso en San Nicolás de los Arroyos" *X Congreso Argentino de Antropología Social*, FFYL-UBA. Buenos Aires, 29 de Noviembre a 3 de Diciembre.
2008 "De la Ciudad del Tratado a la del acero, y de la del acero a la de María". Religión y Turismo: El Caso de San Nicolás de los Arroyos. *IX Congreso Argentino de Antropología Social*, UNaM, Posadas, 5 al 8 de Agosto
- Galani-Moustafi, Vasiliki
2000 "The Self and the Other. Traveler, ethnographer, tourist". *Annals of Tourism Research*, 27 (1): 203-224.
- Gamboa, Martín
2012 "Turismo místico y arte prehistórico en el Departamento de Lavalleja (Uruguay): trayectos, conexiones y desconexiones". Ponencia. *5º Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. 3 a 5 de Septiembre.
2011 "Complejidades antropológicas de una variante del "turismo arqueológico" en el Uruguay" *X Congreso Argentino de Antropología Social*, FFYL-UBA, Buenos Aires, 29 de Noviembre a 3 de Diciembre.
- García, Analía y Valverde Sebastián
2007 "Políticas estatales y procesos de etnogénesis en el caso de pobladores mapuches de Villa La Angostura, Provincia de Neuquén, Argentina". *Cuadernos de Antropología Social* 25: 111-132. Sección de Antropología Social. ICA. FFYL
- Gómez Schettini, Mariana; Almiron, Analía; Gonzalez Bracco, Mercedes
2011 "La cultura como recurso turístico de las ciudades. El caso de la patrimonialización del tango". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(5):1027-1046
- odelier, Maurice
2010 "Comunidad, Sociedad y Cultura: Tres claves para comprender las identidades en conflicto". *Cuadernos de Antropología Social*, N°32:13-29
- Graburn, Nelson et al
2009 *Turismo e Antropologia. Novas abordagens* Campinas: Papiрус
Horizontes Antropológicos. Antropologia e Turismo
- 2003 Número especial organizado por Carlos A. Steil. 9(20) Accesible en: <http://www.ufrgs.br/ppgas/ha/>
- Impemba, Marcelo
2013 "¿Los otros invisibles? La cultura mapuche en el expansionismo turístico de San Martín de los Andes". Córdoba. Ferreyra Editor.

- 2008 "Comunidades mapuche y expansionismo turístico. Estudios de caso: Territorios en disputa en el Cerro Chapelco." *Antropología e Historia: Interdisciplinariedad, Convergencias Disciplinarias y Estudios de Caso en Patagonia. Proc. de 3as Jornadas De Historia De La Patagonia*, San Carlos De Bariloche.
- Jafari, Jafar
1994 "La cientificación del turismo". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 3(1):7-36.
- M Korstanje
2012 Reconsidering cultural tourism: an anthropologist 's perspective *Journal of Heritage Tourism* 7 (2), 179-184
- Lacarrière, Mónica y Álvarez, Marcelo (comp.)
2002 *La (indí) gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*. Buenos Aires:Ediciones Ciccus-La Crujía.
- Lembo, Victoria
2013 "La Ruta turística en el Parque Natural Cuenca de la Laguna de Rocha" Ponencia. *X Reunión de Antropología del Mercosur*. GT 18.UNC, Córdoba. 10 a 13 de Julio .
- Levi-Strauss [1949]
1984 *Antropología Estructural*. Buenos Aires: Eudeba.
- Maccannell, Dean [1999]
1976 *The Tourist. A new theory of leisure class*. Berkeley:University of California Press
- Maronna, Mónica
2011 "Uruguay, país de turismo. Los medios de comunicación y la configuración del nuevo modelo turístico" *X Congreso Argentino de Antropología Social*, FFYL-UBA, Buenos Aires, 29 de Noviembre a 3 de Diciembre.
- Mauss, Marcel
1968 *Essai sur le don*. Paris:PUF
- Morey, Eugenia y Valverde, Sebastián
2005 "Producción doméstica, mercado y actividad artesanal en comunidades Mapuches del Sur de la provincia de Neuquén". *Cuadernos de Antropología Social* 22: 71-95. Sección de Antropología Social. ICA.FFYL
- Nash, Dennison
1996 *Anthropology of tourism*. Oxford: Pergamon
- Norrild, Juana A.
1998 "Turismo y Esoterismo: una aproximación al tema" *Estudios y Perspectivas en Turismo* 7(3/4): 235-249.
- Otamendi, Alejandro
2010 "Descubriendo paraísos mágicos y mundos soñados: análisis de las prácticas discursivas del turismo" En: Barretto, M.(coord.) *Turismo, reflexividad y procesos de hibridación cultural en América del Sur austral*. El Sauzal (Tenerife.España): ACA y PASOS, RTPC. pp:149-164
- 2009 "Antropología y turismo: perspectivas, abordajes y contactos". En: *Temas del Patrimonio cultural N° 26: turismo cultural II*. Comisión para la Preservación del Patrimonio Cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Buenos Aires:Ministerio de Cultura. pp. 193-208 .
- 2008 "El turismo místico esotérico en la Zona Uritorco: síntesis de una perspectiva etnográfica" *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTur)* 2(2):20-40
- Pinque, Germán
2008 "Inmanencia y reflexividad en los procesos de reconversión económica y los cambios socioculturales desencadenados por el turismo en las sierras de Córdoba". *IX Congreso Argentino de Antropología Social*, UNaM, Posadas, 5 al 8 de Agosto.
- Piñero Carreras, Julia.
2011 "Turismo y recursos termales: el caso de la instalación del parque termal de la ciudad de Victoria, Entre Ríos, Argentina". *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. 5(3): 383-405.
- 2011a "Los emprendimientos turísticos y sus efectos - El caso del Hotel-Casino en Victoria, Entre Ríos, Argentina" *Estudios y Perspectivas en Turismo* 20(5):1069-1083
- 2008 "Construyendo una ciudad turística: el caso de Victoria, Entre Ríos". *IX Congreso Argentino de Antropología Social*, UNaM, Posadas, 5 al 8 de Agosto.

- Radovich, Juan Carlos y Balazote, Alejandro
2009 "Turismo y etnicidad. Un interculturalidad conflictiva en territorio mapuche, Neuquén, Argentina"
En: Tamagno, L. (Coord.) *Pueblos Indígenas. Interculturalidad, colonialidad, política*. Buenos Aires: Biblos, Buenos Aires, pp. 25-43.
- Rotman, Mónica
2004 *Antropología de la Cultura y el Patrimonio. Diversidad y Desigualdad en los procesos culturales contemporáneos*. Córdoba: Ferreyra Editor
- Smith, Valene (1992) [1977] (comp.) *Anfitriones e Invitados. Antropología del Turismo*. Madrid: Endymion.
- Sosa, Jorge
2008 Etno-arqueoturismo. en Amaicha del Valle. Una alternativa al desarrollo endógeno en Pueblos Originarios. *Congreso de Ciencias Aplicadas al Turismo*. Centro de Investigaciones en Turismo. Buenos Aires
- 2007 "Ruinas de Quilmes", historia de un despropósito: uso y abuso de recursos culturales de un pueblo originario". Ponencia. *Segundo congreso de Ciencias Aplicadas al Turismo_ TURICIENCIA*. Buenos Aires. Accesible en: <http://argentina.indymedia.org/uploads/2008/01/kilmes.pdf>
- Steil, Carlos A.
2002 O turismo como objeto de estudos no campo das ciências sociais. In: Riedl, Mário; Almeida, Joaquim Anécio; Viana, Andyara Lima Barbosa. (Org.). *Turismo Rural: tendências e sustentabilidade*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, pp. 51-80
- Timó, Enrique
2008 "Del acervo cultural descontextualizado a la acción comunitaria: Una experiencia antropológica en la Quebrada De Huacalera, Pcia. de Jujuy". Ponencia. *IX Jornadas Nacionales y III Simposio de Investigación-Acción en Turismo*. San Juan. 22 a 24 de Mayo.
- Torres Fernández, Patricia
2010 "La transformación de "lo étnico" en producto turístico en la provincia de Chaco, Argentina". *Runa* 31(1):89-107
- 2008 "Redefiniendo alteridades. Políticas provinciales de turismo étnico en Chaco y Formosa. Ponencia *IX Congreso Argentino de Antropología Social*. UNaM, Posadas, 5 al 8 de Agosto
- Troncoso, Claudia
2008 "El desarrollo del turismo en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina): expectativas y transformaciones". En: Arnaiz Burne, S. y Dachary, A.C. (eds.) *Turismo, desarrollo, crecimiento y pobreza*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara, UBA, UNMdP, pp.269-288
- Urbain, Jean Didier
1993 *El idiota que viaja*. Madrid: Endymion
- Urry, John
1990 *The Tourist Gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.
- Valverde, Sebastián
2005 "Explotaciones turísticas y conflictos interétnicos: las comunidades mapuches próximas al cerro Chapelco". En Wilde, G. y Schamber, P. (comp.) *Historia, Poder y Discursos*. pp. 133-158. Buenos Aires: Editorial SB.
- 2002 "El conflicto de las comunidades mapuches en el cerro Chapelco". Ponencia. *II Jornadas de Antropología de la Cuenca del Plata*. Escuela de Antropología. Facultad de Humanidades y Arte. UNR. Rosario, 16 al 18 de octubre.
- Weissel, Marcelo
2006 "ArqueoBoca: Estación Científica Riachuelo". Turiciencia 2006- *Primer Congreso de Ciencias Aplicadas al Turismo*. Hotel Panamericano, Buenos Aires, 18 al 20 de Septiembre de 2006. Accesible en: http://www.turismoymercado.com/ver_items.asp?wVarCat=3

Notes

- ¹ La Reunión de Antropología del Mercosur, es un evento que regularmente se realiza cada dos años, agrupando a gran parte de los investigadores del sur de Brasil, Argentina y Uruguay. En las últimas RAMs también se han sumado un gran número de investigadores de Chile, aunque en menor medida también de Colombia, México y Perú.

- ² Para una muestra de esta producción puede visitarse el site de las Disponible en <http://www.naya.org.ar>. Accesible en: <http://www.condet.edu.ar/cndt/index.php/simposios-y-jornadas/ix-jornadas-nacionales-de-investigacion-y-accion-en-turismo>
- ³ Sobre la producción de Maximiliano Korstanje, Ver Korstanje (2012) y <http://scholar.google.es/citations?user=srtyQKMAAAAJ&hl=es>
- ⁴ Los debates de este congreso están disponibles en <http://www.redalyc.org/pdf/881/88112768012.pdf>
- ⁵ Este grupo sería coordinado por Mónica Lacarrieu pero muchos investigadores argentinos no se pudieron hacer presentes por problemas logísticos ocasionados por las cenizas del Volcán Puyehue que afectó los vuelos desde Argentina y Chile durante varios meses de ese año.
- ⁶ Disponible en <http://www.naya.org.ar>
- ⁷ Ambas investigadoras ya presentaron sus respectivas tesis doctorales en la FFYL, UBA.
- ⁸ En abril de 2013, la autora ha presentado su tesis de doctorado en la Universidad de Buenos Aires donde se expone esta investigación completa.
- ⁹ Ver nota 2

Recibido: 22/07/2014
Aceptado: 03/12/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

O turismo na tradição antropológica brasileira

Roque Pinto*

Universidade Estadual de Santa Cruz (Brasil)

Resumo: Pretende-se aqui discutir as causas históricas do subdimensionamento do turismo como objeto de investigação no campo sócio-anropológico brasileiro, tanto no âmbito da sua tradição acadêmica, marcada desde sempre por um perfil simultaneamente aplicado e militante, quanto na perspectiva da importância sociológica e econômica da atividade turística para o país, isto é, procura-se problematizar, nas aproximações entre turismo e antropologia no Brasil, o *gap* entre a relevância econômico-cultural do primeiro e seu respectivo interesse acadêmico, bem como avaliar suas consequências no tempo.

Palavras-chave: Antropologia, Turismo, Brasil

Tourism in Brazilian anthropological tradition

Abstract: Intends here to discuss the historical causes of the undersizing of tourism as a subject of research in the Brazilian socio-anthropological field, both within the your academic tradition – marked by a simultaneously applied and activist profile – as the perspective of the sociological and economic importance of tourism to the country. Seeks to problematize the links between tourism and anthropology in the Brazilian context, and especially the gap between the economic and cultural importance of the tourism and the respective academic interest by the Brazilian anthropology as well as evaluate its consequences in time.

Keywords: Anthropology, Tourism, Brazil

1. A lente antropológica e os enfoques locais

Num livro bastante referido no meio acadêmico James Peacock (2005) utiliza uma metáfora óptica para situar a Antropologia: tratar-se-ia de um campo de conhecimento cuja lente de investigação e interpretação se vale da luz forte e do enfoque suave.

Sem embargo, considerando a classificação de Stocking (1983), a antropologia praticada no Brasil estaria no rol das “antropologias de *nation building*”, em oposição às “antropologias de *empire building*”, onde se situariam as matrizes britânica e francesa, de algum modo reiterando o panorama descrito por Gerholm e Hannerz (1982), de um “continente da antropologia internacional”, correspondendo ao eixo América do Norte/Europa do Norte, contraposto a “arquipélagos” maiores ou menores que gravitam ao seu redor.

Assim, verifica-se que as diversas tradições acadêmicas são moldadas por seus respectivos entornos histórico-políticos, que por sua vez definiriam seus enfoques, lançando luz sobre tal ou tal problematização e delineando uma hierarquia de objetos de interesse que, no caso brasileiro, é claramente marcada pelas questões étnicas, raciais, religiosas e político-institucionais, seguidas pelos estudos de gênero, saúde e segurança pública, problemas que se inscrevem diretamente na dupla valência militante e institucional característica da Antropologia desenvolvida no Brasil¹.

Obviamente que esse viés se define e se desenvolve numa tensão entre o universalismo teórico-metodológico, por um lado, e um particularismo ontológico e deontológico, por outro, tendo como o grande eixo norteador a própria ideia de projeto e construção do nacional, portando uma perspectiva político-estratégica delimitada pelos compromissos institucionais e pelas lealdades acadêmicas que

* Professor Adjunto de Antropologia na Universidade Estadual de Santa Cruz (Ilhéus, Brasil). E-mail: roquepintosantos@gmail.com.

vão dar corpo às abordagens teóricas e dar forma aos critérios de seleção dos objetos de investigação, numa tensão entre a universalidade disciplinar e as peculiaridades (políticas, religiosas, étnico-raciais e identitárias) do “sub-continente brasileiro”, num frágil equilíbrio entre o universalismo e o particularismo, muitas vezes resvalando, como indicam alguns autores, para um discurso “neo-orientalista” (Peirano, 1980; Velho, 2006 e 2008).

2. Antropologia e Projeto Nacional

As Ciências Sociais no Brasil, em seu sentido estrito, começam a se institucionalizar a partir da década de 1930, na esteira do grande projeto de nação que vai tomando corpo desde o século XIX, com a diretriz mais ou menos definida de ser um suporte interpretativo da sociedade, provendo uma abordagem científica que explicasse a singularidade nacional, que oferecesse respostas pragmáticas aos problemas do presente e que desenhasse o país do futuro (Melatti, 1990; Velho, 2008; Pinto, 2010)².

Assim, entre as décadas de 1930 e 1950 se desenvolve uma interpretação do mundo social brasileiro segundo um amálgama de um conjunto de disciplinas hoje pensadas como independentes, como a Sociologia, a Antropologia, a Ciência Política, a História, a Psiquiatria, a Arqueologia e, de carta forma, a Literatura e a Filosofia (Peirano, 2005).

A Antropologia brasileira, inscrita no modelo canônico dos estudos etnológicos de grupos indígenas, apropriava-se de temas considerados sociológicos, e sociólogos procuravam dar respostas a problemas nacionais investigando contextos empíricos que seriam tradicionalmente atribuídos à antropologia, segundo indica Mariza Peirano (2000)³.

Desse modo configurou-se um panorama em que sociólogos e antropólogos coexistiam no mesmo espaço acadêmico e em grande medida dividindo os mesmos objetos de investigação, sempre dentro das fronteiras nacionais e encapsulados numa experiência acadêmica concentrada pelo isolamento do idioma, pela dimensão política (que nunca se apartou da agenda e da *práxis* das ciências sociais brasileiras), e pela exigência de um alto grau de refinamento teórico como condição de existência para a manutenção e ampliação dos espaços de poder.

Para Roberto Cardoso de Oliveira (1988a), a Antropologia brasileira se desenvolveu dentro de uma matriz disciplinar composta por quatro grandes modelos epistemológicos: o paradigma racionalista, orientado pela *École Française de Sociologie*; o paradigma estrutural-funcionalista, derivado da *British School of Social Anthropology*; o paradigma culturalista da *American Historical School of Anthropology*; e o paradigma hermenêutico, dissolvido no que chama, genericamente, de antropologia interpretativa (quadro 1).

Quadro 1. Matriz Disciplinar da antropologia brasileira

Tempo \ Tradição	Intelectualista	Empirista
Sincrônico	I Paradigma Racionalista "Escola francesa"	II Paradigma Estrutural-Funcionalista "Escola britânica"
Diacrônico	IV Paradigma Hermenêutico "Antropologia Interpretativa"	III Paradigma Culturalista "Escola estadunidense"

Fonte: Roberto Cardoso de Oliveira, 1988a.

De acordo com Mariza Peirano (2006, 51), no Brasil “a noção durkheimiana de diferença, mais do que o exotismo, chamou a atenção dos antropólogos onde e quando eles encontraram um ‘outro’, sancionando, assim, a ideia de que a influência francesa foi bem mais forte que a herança germânica”, predominando o senso pragmático orientado pela *École Française de Sociologie*, com a negação do interesse pelo mero exótico, sendo, como ressalta o próprio Durkheim, “a religião e as formas extintas de civilização” objetos de interesse não pelo simples desejo de “contar suas extravagâncias e singularidades”, mas sim pela

afirmação do compromisso científico das ciências sociais com a explicação de uma realidade imediata, “capaz de afetar nossas ideias e nossos atos.” (Aron, 1997; Durkheim, 2001).

Tem-se, portanto, nesse panorama, que a seleção da alteridade no contexto da antropologia brasileira é enformada pelos seus limites estratégicos estabelecidos dentro de interesses acadêmicos e políticos definidos numa pauta cujos critérios são marcadamente inscritos num “nacionalismo metodológico” – definido como a maneira pela qual conceitos e medidas nas Ciências Sociais são constrangidos pelo Estado-Nação.

De fato, com a geração de antropólogos brasileiros formados pela missão francesa capitaneada por Lévi-Strauss, a Antropologia institucionaliza-se com os pioneiros que, segundo Peirano (2000), eram verdadeiros “trapezistas sem rede de proteção”, imersos num amplo projeto de modernização do país e submetidos a um grande volume de acúmulo teórico e técnico por parte dos professores europeus convidados a ensinar no Brasil. Daí a profissão de fé dos antropólogos em “analisar, compreender e, assim, transformar a sociedade brasileira” (Costa Pinto e Carneiro, 1955, 24).

3. O evitamento do turismo pela Antropologia

Não é algo específico ao Brasil o evitamento do turismo por antropólogos não é algo específico ao Brasil, e a história da disciplina bem o demonstra, a despeito da atuação de grandes investigadores nesta temática e da óbvia relação entre turismo e processos sociais, identitários, econômicos, políticos, ecológicos e simbólicos (Urry, 1999; Pereiro, 2009; Santana Talavera, 2009; Pinto e Pereiro, 2010; Pinto 2012a).

Com efeito, alguns autores radicam a hostilidade dos antropólogos em relação ao turismo pelo fato deste ser um objeto “tardio” e eminentemente “ocidental”, como também porque as Ciências Sociais o capturou inicialmente com um olhar impregnado pelo senso-comum, como algo “bom ou ruim” (Nash, 1996). Incluindo aí toda uma gama de preconceitos arraigados (figura 1). Ou como disse van den Berghe:

“A julgar pelo sorriso irônico que meus colegas trazem na cara à mera menção do turismo, a maior parte dos cientistas sociais não tomam o tema seriamente... a maioria deles considera que um interesse profissional pelo turismo constitui pouco mais que uma estratégia inteligente para gozar de umas férias como se estivesse trabalhando.” (van den Berghe, 1994, 3-4 *apud* Leah Burns, 2004, 6).

Figura 1. O evitamento do turismo pela antropologia. Baseado em Burns, 2002.



Do mesmo modo, alguns autores hoje referenciais nos estudos sobre o turismo, como Leiper ou Valene Smith, também indicaram terem sido desencorajados a trabalhar com o tema no começo das suas carreiras (Crick, 1992). Yamashita reconheceu que, quando realizava seu primeiro trabalho de

campo entre os Toraja de Sulawesi, na Indonésia, “porque queria estudar apenas a cultura tradicional, [via] a presença de turistas como uma monstruosidade... quando tirava fotografias [se] assegurava de excluí-los da objetiva da câmara.” (Yamashita, 2003, 6, citado por Hernández Ramírez, 2006, 30).

Registre-se que após esta experiência o pesquisador japonês passou a ter em conta a importância do turismo no campo de trabalho, o que o levou a cotejar seu objeto segundo um marco mais amplo e dinâmico no contexto Toraja, considerando o próprio turismo como um relevante fator de mudança social e, portanto, sumamente importante no âmbito das suas investigações no terreno.

A objeção velada de que o turismo seria algo próximo demais das sociedades ocidentais (ou mesmo a transplantação de uma parte desta para as sociedades receptoras), implicando numa redução a um grau mínimo de *alteridade* – distanciamento cultural que se crê imperativo para a captura em “perspectiva” do objeto –, parece replicar o mesmo argumento de desqualificação sofrida pelos primeiros antropólogos que começaram a trabalhar no contexto empírico do Mediterrâneo:

“A antropologia só é antropologia se for realizada distintivamente, no estrangeiro, em condições desagradáveis, em sociedades muito diferentes do tipo de local onde [o antropólogo] poderia ir passar férias. Não é raro encontrar, pelo menos em Inglaterra, antropólogos retrógrados que transmitem claramente o seu sentimento de superioridade: os mediterrânicos não estão sujeitos a uma desorientação cultural total, tal como a que reclamam ter sofrido, beneficiando com ela, aquelas que trabalharam em África ao sul do Saara ou na Nova Guiné.” (Davis, 1977, 7 *apud* Pina Cabral, 1991, 46 [grifos meus]).

Mutatis mutandis, além da desqualificação dos estudos do turismo pela proximidade do objeto (em que pese a vasta e profícua literatura etnográfica e teórica sobre a antropologia urbana), alguns dos preconceitos referentes ao estudo do tema dizem respeito à ideia de que esta atividade levaria à destruição do “objeto antropológico”, isto é, à desagregação de sociedades e ao desmantelamento de tradições pelos bárbaros modernos.

A esse respeito, é ilustrativo o relato de Hernández Ramírez (2006, 31) sobre sua experiência acadêmica: “uma de minhas estudantes de doutorado me comentou que uma amiga sua, também aluna de antropologia, ao saber que aquela ia cursar estudos de turismo, a contestou, enojada: ‘você vai trabalhar a favor do inimigo?’”. Tem-se aí a clara expressão de uma extemporânea síndrome do bom selvagem, tal qual se referem Boissevain (1977) e Crick (1992):

“Os antropólogos, com um sentido possessivo de *sua* gente e uma ideia supersimplificada da cultura tradicional, vêm com receio a mudança social e as hordas de intrusos ocidentais que *lhes criam dificuldades*. O antropólogo que se lamenta dos danos do turismo, expressando sua simpatia pela população autóctone e hostilidade pelos turistas é, dessa perspectiva, uma voz rousseauiana queixando-se da fácil vitória da civilização ocidental sobre as formas de vida tradicionais.” (Crick, 1992, 348-349 [grifos do autor]).

Outro aspecto relacionado a essa negação reside na assertiva de que muitos antropólogos consideram o turismo um campo de investigação pouco respeitável para o sério estudioso da cultura, pelo fato deste estar vinculado ao ócio e ao prazer (Swain, 2000) e por ser uma atividade frívola, desimportante e burguesa (Nash, 1996), para a qual não se deveriam demandar recursos para investigá-la ainda que muitos etnógrafos tivessem encontrado acidentalmente turistas ao longo dos seus trabalhos de campo e talvez numa frequência tal que, em nome de algum rigor científico, certamente justificaria sua presença no cenário etnográfico (Simonica, 2001; Pinto 2012b).

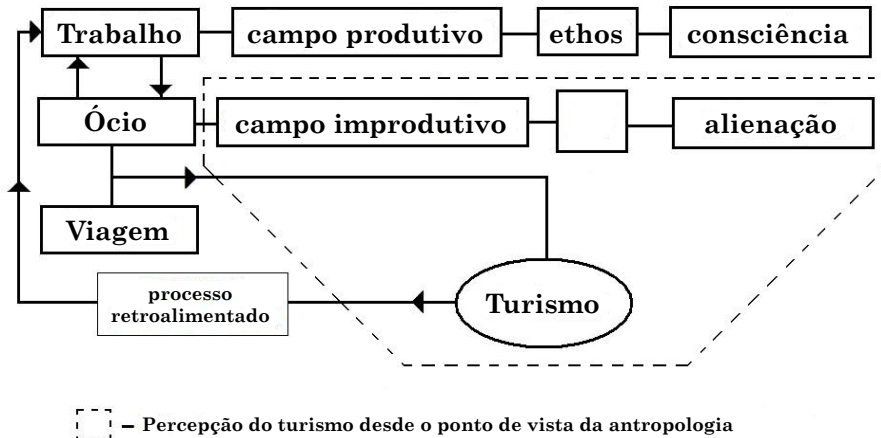
Além disso, o evitamento do antropólogo em relação ao turista diz respeito ao fato de que o primeiro tenderia a considerar a si próprio como um intrépido trabalhador de campo e, desse modo, procuraria a todo custo não ser confundido com o turista (Nash, 1996; Burns, 2002), muito embora, ironicamente, seja relativamente comum que as populações locais classifiquem antropólogos e turistas dentro de uma mesma categoria (Núñez, 1963)⁴.

Outro fator ainda relacionado com esse tema diz respeito ao que Hernández Ramírez (2006, 33) chama de “dualidade de atividades, espaços e tempos hierarquizados”: as bases epistemológicas (moderna e industrial) donde se forjam as ciências sociais são fortemente marcada pela ideia do *trabalho* como um elemento basilar da organização social⁵, isto é, o trabalho como um catalisador moral, um agente que produz a percepção de realidade, consciência e identidade (figura 2).

Dentro dessa ótica, por oposição, o ócio (incluindo aí o turismo como uma das possibilidades do seu “uso”), seria o “lado de fora”, o espaço de “fuga da realidade” cotidiana, marcado pelo jogo, pela

fantasia e pela alienação e, portanto, no limite, dentro desta perspectiva se teria um espaço-tempo identitariamente estéril.

Figura 2. A percepção do turismo pela antropologia. Elaboração própria.



Desse modo, não só o ócio e o consumo se definiriam por uma negação: tudo aquilo que *não seria* o trabalho (modelo e molde das identidades cotidianas), como também estariam relegados à posição de meros epifenômenos dependentes do campo “produtivo”,

“o que leva alguns pensadores a sustentarem que a experiência no espaço e no tempo não produtivo não contribuiria para modelar a identidade social, mas sim acentuar a alienação, porque esta forma de ócio, considerada não criativa, caracteriza-se pelo consumo passivo e porque sua função terapêutica evidencia a dependência estrutural da esfera laboral” (Hernández Ramírez, 2006, 34).

De fato, essa perspectiva dicotômica que opõe o tempo consumido pelo trabalho compulsório ao tempo consumido voluntariamente com o lazer (Dumazedier, 1979; Pinto, 2011) tende a atribuir ao ócio um caráter instrumental e acessório ao trabalho, segundo uma perspectiva compensatória (repor no lazer o que é retirado pelo trabalho), utilitarista (função reparadora, voltada para o aumento da produtividade no trabalho), moralista (de prevenção contra práticas ilícitas) e romântica (Gronau, 1977; Oliveira, 2004; Almeida e Gutierrez, 2004).

Lafargue (2001, 160) relaciona, inclusive, a supressão dos santos católicos pelo protestantismo às “novas necessidades industriais e comerciais da burguesia”: com a finalidade de reduzir os 90 dias de descanso popular anuais (52 domingos e 38 feriados), segundo o autor, a nova ordem puritana “tirou todos os santos do céu para abolir suas festas na terra”.

Contudo, essa dicotomia não é uma unanimidade e não encontra eco nas formulações de alguns autores (Elias e Dunning, 1992; Huizinga, 1999) que advogam por uma perspectiva hedonista como melhor estratégia para a compreensão do lazer e da estrutura social como um todo, apontando a importância do lazer tanto nos processos de socialização e formação – portanto, na urdidura de significados sociais – quanto no de manutenção da dinâmica social.

No entanto, em que pesem as diversas querelas e divergências teórico-acadêmicas sobre o tema, o grande motor e divisor de águas nos estudos sistemáticos sobre o turismo será o entendimento por parte dos planejadores de políticas públicas da sua importância econômica, sobretudo, que levará ao fomento da sua institucionalização no âmbito acadêmico (Jafari, 1994; Velasco González, 2005) e, conseqüentemente, a um salto quantitativo e qualitativo da produção acadêmica sobre o tema.

Segundo Jafari (2005), verifica-se um interesse crescente da comunidade acadêmica sobre o turismo tanto no ensino quanto na investigação e, particularmente, na formação (conhecimento de natureza

empírica e em geral adquirido na ambiência de trabalho) e na educação (aprendizado formal, sistemático e de base intelectual) de quadros para o serviço especializado na atividade turística. Tanto num caso, baseado na técnica, quanto no outro, que prevê um maior grau de abstração, o sistema turístico como um todo vem se beneficiando do acúmulo de conhecimento gerado nas últimas décadas (Smith and Brent, 2001; Burns, 2002; MacCannel, 2003; Tribe, 2004).

E, nesse sentido, além da multiplicação dos centros de ensino e de obras especializadas especialmente a partir da década de 1990, destacam-se como fitos importantes para a consolidação dos estudos sobre o turismo (a) a circulação publicação revistas científicas em vários continentes e em fluxo constante, o que permite a rapidez da circulação de informações atualizadas e o acúmulo de conhecimento qualificado; (b) o surgimento de grupos de investigação multidisciplinares; e (c) eventos internacionais cíclicos, que possibilitam o intercâmbio entre especialistas que atuam em distintos contextos, além de fomentar o estabelecimento de uma comunidade multidisciplinar que pode contribuir com diferentes aportes disciplinares.

Vale notar que o desenvolvimento da institucionalização do turismo conta com poderosas forças operacionais em simbiose com os centros de formação, investigação e ensino, que são as organizações governamentais que atuam nos níveis regional, nacional e internacional, citando-se como exemplo emblemático de agência intergovernamental de fomento à atividade a Organização Mundial do Turismo, filiada às Nações Unidas.

4. O turismo como um anti-objeto na Antropologia brasileira

Em que pesem o notável crescimento quantitativo e qualitativo da Antropologia *no e do* Brasil, coetâneo à diversidade cada vez maior de objetos apreciados pela disciplina, tem-se uma importante defasagem relativamente ao turismo, que pode ser atribuída a alguns fatores, uns mais gerais outros específicos ao contexto brasileiro (Pinto, 2010).

Se o turismo enquanto objeto ainda é visto por parte do “continente internacional” das tradições antropológicas como algo frívolo e desimportante, esta percepção é ainda mais aguda no contexto brasileiro, posto que, de antemão, o turismo seria *de per se* um objeto destituído de qualquer correspondência com um comprometimento político, tanto no sentido de uma resposta às grandes questões estruturais nacionais, quanto de filiação militante a grupos subalternizados ou minoritários^A.

Num país de altíssima concentração de renda e que nunca foi uma rota significativa do turismo internacional, a atividade turística é percebida ou como algo fútil, esnobe e restrito a um *happy few* privilegiado quase descolado da “sociedade real”, ou como uma prática amena, ornamental e espontânea que não geraria efeito algum nos âmbitos econômico e social. E, em ambos os casos, significaria um não-objeto, um fenômeno indigno de investigação séria em meio a tantas demandas sociais urgentes num país com as características do Brasil.

Dessa forma, raramente o turismo figura como área temática contemplada em editais oficiais de financiamento de pesquisas acadêmicas. Por outro lado, uma das principais agências de fomento à ciência no Brasil, a Capes^A, tem um ranqueamento baseado em áreas de conhecimento que não se tocam: o turismo compõe uma área formada por ele próprio mais administração de empresas e contabilidade. Já antropologia está em outra área junto com arqueologia.

Na prática, salvo algumas combinações específicas, um antropólogo que publica num periódico de turismo não pontua em antropologia. Ou seja, o próprio sistema desencoraja a atuação de cientistas sociais nos estudos e pesquisas a respeito do turismo no Brasil.

Contudo, vale indicar que há pelo menos uma década a Associação Brasileira de Antropologia vem acolhendo a temática do turismo e das viagens em Grupos de Trabalho no âmbito das suas reuniões bianuais. Nesses encontros são notadas duas atitudes quase que padronizadas: numa delas as comunicações apresentadas no GT sobre turismo são *spin-offs* de um trabalho “principal”, geralmente ligado a religião, peregrinação, indigenismo ou compesinato; noutra, investigadores que têm se dedicado mais especificamente ao tema do turismo procuram outras vias de penetração/interlocução acadêmica reforçando aspectos e objetos “clássicos” nos seus estudos, direcionando-os para onde se encontram as linhas de financiamento dos órgãos oficiais de apoio à pesquisa (CAPES e CNPq, em âmbito nacional, e agências estaduais de fomento), geralmente ligadas às temáticas indígena, racial, de gênero, à questão urbana, de arranjos produtivos no contexto rural, preservação ambiental, etc.

Se, por um lado, é evidente nas práticas turísticas inscritas no vasto contexto empírico brasileiro adaptações e derivações que de certo modo se remetem a uma matriz acadêmico-antropológica – com

uma ampla oferta, dentro da segmentação do mercado turístico mais geral, de produtos “étnicos” e “culturais” e da patrimonialização como emblema demarcatório de autoridade e autenticidade –, por outro é também notável que o turismo enquanto objeto antropológico, no Brasil é, via de regra, confinado a uma dimensão marginal, muitas vezes diluído em estudos sobre religião ou etnicidade, anotando-se um restrito contingente de antropólogos que se dedicam integralmente à temática turística, proporcionalmente ao conjunto de profissionais atuantes no país.

Desse modo, se o tema do turismo na antropologia brasileira, por um lado, parece não ser ignorado por completo, por outro o *locus* que este ocupa no âmbito da comunidade de antropólogos se restringe a um espaço mínimo, situado nas franjas do campo acadêmico, gerando perdas inestimáveis para a compreensão dos processos cada vez mais complexos que envolvem a atividade turística no país e suas conexões com as relações culturais, os deslocamentos humanos, a religião, a ritologia e o jogo de identidades que permeiam o tecido social.

Bibliografia

- Almeida, M. de e Gutierrez, G.
2004 “Subsídios teóricos do conceito cultura para entender o lazer e suas políticas públicas.” *Conexões*, 2(1). P. 48-62.
- Aron, R.
1977 *As etapas do pensamento sociológico*. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes.
- Boissevain, J.
1977 *Tourism and Development in Malta*. *Development and Change*, n. 8. P. 523-538.
- Burns, P.
2002 *Turismo E Antropologia: Uma Introdução*. São Paulo: Chronos.
- Cardoso de Oliveira, R.
1988a “A Categoria da (Des)Ordem e a Pós-Modernidade na Antropologia.” In: CARDOSO DE OLIVEIRA, R. *Sobre o Pensamento Antropológico*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. P. 91-107
- Costa Pinto, L. A., e Carneiro, E.
1955 *As Ciências Sociais no Brasil*. Rio de Janeiro: CAPES.
- Crick, M.
1992 “Representaciones del turismo internacional en las ciencias sociales: sol, sexo, paisajes, ahorros y servilismos”. In: Jurdao Arrones, F. (Comp). *Los Mitos del Turismo*. Madrid: Endimiión. P. 339-404.
- Davis, J.
1977 *People of the Mediterranean*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Dumazedier, J.
1979 *Sociologia Empírica do Lazer*. São Paulo: Perspectiva.
- Durkheim, E.
2001 *Introdução ao Pensamento Sociológico*. São Paulo: Centauro.
- Elias, N. e Dunning, E.
1992 *A Busca da Excitação*. Lisboa: Difel.
- Galani-Moutaffi, V.
2000 “The Self and the Other: Traveler, Ethnographer, Tourist.” *Annals of Tourism Research*, 27(1). P. 203-224.
- Gerholm, T. e Hannerz, U.
1982 “Introduction: The Shaping of National Anthropologies”. *Ethnos*, 42. P. 5-35.
- Gronau, R.
1977 “Leisure, Home Production, and Work-the Theory of the Allocation of Time Revisited”. *The Journal of Political Economy*, 85(6). P. 1099-1123.
- Guimarães, V.
2008 “A Sociologia e os Estudos do Turismo: algumas divagações”. V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL - Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008.
- Hernández Ramírez, J.
2006 “Producción de Singularidades y Mercado Global. El estudio antropológico del turismo”. *Boletín Antropológico*, 24(66). P. 21-50.

- Huizinga, J.
1999 *Homo Ludens*. Perspectiva: São Paulo.
- Jafari, J.
1994 “La Cientificación del Turismo”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 3 (1). P. 7-36.
- Jafari, J.
2005 “El Turismo como Disciplina Científica”. *Política y Sociedad*, 42(1). P. 39-56.
- Lafargue, P.
2001 “Um Dogma Desastroso”. In: De Masi, D. *A Economia do Ócio*. Rio de Janeiro: Sextante.
- Leah Burns, G.
2004 “Anthropology and Tourism: Past Contributions and Future Theoretical Challenges”. *Anthropological Forum*, 14 (1). P. 5-22.
- Maccanell, D.
2003 [or. 1976] *El Turista. Una Nueva Teoría de la Clase Ociosa*. Barcelona: Melusina.
- Melatti, J. C.
1990 “A Antropologia no Brasil: Um Roteiro”. In: *O que se Deve Ler em Ciências Sociais no Brasil*, vol. 3. VVAA. São Paulo: Cortez/ANPOCS. P. 123-211.
- Nash, D.
1996 *Anthropology of Tourism*. New York: Pergamon.
- Núñez, T.
1963 “Tourism, Tradition, Acculturation: Weekendismo in a Mexican Village”. *Ethnology*, 2(3). P. 347-352.
- Oliveira, C. de.
2004 “Sobre Lazer, Tempo e Trabalho na Sociedade de Consumo”. *Conexões*, 2(1). P. 20-34.
- Peacock, J.
2005 *La Lente Antropológica*. Madrid: Alianza Editorial.
- Peirano, M.
2000 “A Antropologia Como Ciência Social no Brasil”. *Etnográfica*, 4(2). P. 219-232.
- Peirano, M.
2005 “A Guide to Anthropology in Brazil”. In: Poole, D. (Ed.). *Companion to Latin American Anthropology*. New York: Blackwell.
- Peirano, M.
2006 *A Teoria Viva e Outros Ensaios de Antropologia*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Pereiro, X.
2009 *Turismo Cultural. Uma Visão Antropológica*. El Sauzal: Pasos Edita.
- Pina Cabral, J. De.
1991 *Os Contextos da Antropologia*. Lisboa: Difel.
- Pinto, R.
2010 “Um Silêncio Ensurdecedor: O turismo como um Objeto Ausente na Antropologia Brasileira”. *Adra. Revista dos Socios e Socias do Museo do Pobo Galego*, v. 5. P. 153-172.
- Pinto, R.
2011 “Rito, Cambio Cultural y la Naturaleza Cíclica del Turismo”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v. 20, p. 1144-1153.
- Pinto, R.
2012a “Tourism, Trade and Cocoa: Politics and Tourist Space in Ilhéus, Brazil”. In: Valença, M.; Cravido, F. and Fernandes, J. *Urban Developments in Brazil and Portugal*. New York: Nova Science Publishers, p. 353-369.
- Pinto, R.
2012b “O Turismo e suas Fronteiras Culturais”. *Turis Nostrum*, 1(1). P. 1-22.
- Pinto, R. e Pereiro, X.
2010 *Turismo e Antropologia: Contribuições para um debate plural*. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, v. 1. P. 447-454.
- Santana Talavera, A.
2009 *Antropologia do Turismo: Analogias, Encontros e Relações*. São Paulo: Aleph.
- Simonica, A.
2001 *Antropologia del Turismo: Strategie di Ricerca e Contesti Etnografici*. Roma: Carocci.
- Smith, V. & Brent, M., (orgs).
2001 *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century*. New York: Cognizant Communication.

- Stocking, G.
1983 "Afterword: a View from the Center". *Ethnos*, 47(1). P. 172-186.
- Swain, M. B.
2000 "Anthropology". In: Jafari, J. *Encyclopedia of Tourism*. Routledge. P. 23-26.
- Tribe, J.
2004 "Knowing about Tourism: Epistemological Issues". In: Philmore, J. & Goodson, L., *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies*. New York: Routledge. P. 46-62.
- Urry, J.
1999 *O Olhar do Turista: Lazer e Viagens nas Sociedades Contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel/Sesc.
- Van Den Berghe, P.
1994 *The Quest for the Other: Ethnic Tourism in San Cristóbal, Mexico*. Seattle: University of Washington Press.
- Velasco González, M.
2005 "¿Existe la Política Turística? La Acción Pública en Materia de Turismo en España (1951-2004)". *Política y Sociedad*, 42(1). P. 169-195.
- Velho, O.
2006 "The Pictographics of Tristesse: An Anthropology of Nation Building in the Tropics and its Aftermath". In: Lins Ribeiro, G. & Escobar, A. (Orgs.), *World Anthropologies: Disciplinary Transformations within Systems of Power*. Oxford, New York: Berg. P. 261-279.
- Velho, O.
2008 "A Antropologia e o Brasil, Hoje". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 23(66). P. 5-9.
- Yamashita, S.
2003 *Bali and Beyond. Explorations in the Anthropology of Tourism*. New York-Oxford: Berghahn Books.

Notas

- 1 Trata-se de uma inferência mais genérica e empírica, que carece de dados apurados, mas que à primeira vista pode ser verificável, por exemplo, nos sumários dos periódicos nacionais mais importantes e nos Grupos de Trabalho das reuniões bianuais da Associação Brasileira de Antropologia.
- 2 De acordo com os autores que tratam do tema, os problemas que poderiam ser identificados na *nationalbildung* brasileira se encontravam em vários "fronts": a questão indígena nas regiões central e norte do país diante das frentes de expansão no âmbito do alargamento das "fronteiras nacionais" (e cuja inflexão do ponto de vista acadêmico se dará na década de 1950 com o projeto *Harvard-Brazil Central*, sob o comando de Roberto Cardoso de Oliveira e David Maybury-Lewis); a questão racial e das religiões de matriz africana no âmbito urbano, especialmente nas regiões nordeste e sudeste; a questão da integração de grupos indígenas "aculturados" (ou a transformação de *indígenas em indigentes*, nas palavras de Lévi-Strauss), "misturados" à sociedade nacional em zonas urbanas ou peri-urbanas; a questão da imigração tardia europeia e asiática no eixo sul-sudeste do país, dentre outros temas-problemas.
- 3 Florestan Fernandes, um dos sociólogos mais influentes no Brasil e um nome central na sociologia da Universidade de São Paulo (USP), defendeu sua tese de doutoramento, em 1952, intitulada "*A Função Social da Guerra na Sociedade Tupinambá*", um trabalho onde se mescla uma análise sociológica funcionalista com uma perspectiva histórica dentro de um rigoroso inventário etnográfico e etnológico.
- 4 Para cotejar uma aproximação entre a prática etnográfica, os discursos do turismo e as narrativas de viagem ver Galani-Moutaffi, 2000.
- 5 A ideia de trabalho é o fundamento da solidariedade orgânica durkheimiana (derivada da divisão do trabalho social) e da conformação da ética protestante, em Weber. E em Marx funciona como o antiplástico que dá nexos a todo o seu esquema teórico.

Recibido: 14/10/2014
Aceptado: 03/12/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos



Responsabilidad y Turismo

**Agustín Santana Talavera
Alberto Jonay Rodríguez Darías
Pablo Díaz Rodríguez
(Coords.)**

PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, nº 10

El turismo como objeto de estudio. Análisis de la producción bibliográfica de los antropólogos españoles del turismo¹

Javier Hernández-Ramírez*
Universidad de Sevilla (España)

Resumen: En este estudio se presenta una genealogía de la Antropología del Turismo realizada por investigadores de distintas universidades e instituciones científicas ubicadas en el Estado español. Se parte del análisis de las aportaciones pioneras, la evolución de los temas tratados y las orientaciones teóricas fundamentales hasta principios del presente siglo. Posteriormente se realiza un estudio de la producción científica realizada en el periodo 2000-2013 publicada en las revistas científicas internacionales y españolas de mayor impacto en las materias de Antropología Social y Turismo según los índices bibliométricos de calidad. Tras un primer análisis de contenido de carácter cuantitativo, el estudio finaliza con el examen de los principales tópicos y el desarrollo de los mismos.

Palabras Clave: Antropología del Turismo, Análisis de contenido, Evaluación temática

Tourism as an object of study. Analysis of bibliographic production by Spanish anthropologists tourism

Abstract: In this study a genealogy of the Anthropology of Tourism by researchers from different universities and scientific institutions in the Spanish State is presented. It starts from the analysis of the pioneering contributions, the evolution of topics and fundamental theoretical orientations until early this century. Subsequently a study of scientific production in the period 2000-2013 published in international scientific journals and Spanish major impact on matters of Social Anthropology and Tourism as bibliometric quality indicators is performed. After a first analysis of quantitative content, the study concludes with an examination of the issues and developments thereof.

Keywords: Anthropology of Tourism, Content analysis, Thematic Evaluation

“¡Oh forastero! No me es lícito despreciar al huésped que se presente, aunque más miserable que tú, pues son de Zeus todos los forasteros y todos los pobres” (Homero, *Odisea*).

1. Inicios del camino²

Existe un consenso en relacionar el origen de la antropología española moderna con la obra de Julian Pitt-Rivers (1954) (Prat, 1999; Sanz Abad, 2011). En el caso de la Antropología del Turismo podría decirse que la labor de este autor británico es un precedente por cuanto sus estudios de comunidad le aproximaron al análisis de las relaciones establecidas entre forasteros y nativos. A partir de la etnografía realizada en el municipio de Grazalema (Cádiz), Pitt-Rivers analizó las normas de la sociabilidad entre residentes y los inusuales forasteros que visitaban la unidad de observación (1968). El autor resaltó que, en estos escenarios, la hospitalidad se rige bajo normas culturales ritualizadas y organizadas en torno a un patrón relacional específico en el que los *anfitriones* y los *invitados* desempeñan roles distintos a los

* Profesor del Departamento de Antropología Social de la Universidad de Sevilla; E-mail: jhernan@us.es

establecidos cotidianamente entre nativos. A diferencia de los vecinos, que poseen un estatus identificable por todos, el huésped es un forastero, un desconocido sin lugar en la sociedad, que se incorpora a la misma gracias al vínculo personal que establece con un nativo que asume su protección. En este contexto impera la ley de la hospitalidad, que es un principio presente en sociedades premodernas basado en la reciprocidad y el honor, lo que supone una serie de obligaciones y derechos que deben asumir tanto residentes como invitados.³ Según el autor y toda una tradición de estudios etnográficos, esta ley de la hospitalidad permite regular las relaciones entre extraños, asegurar el equilibrio y evitar los conflictos. No obstante, el desconocimiento e incompreensión por parte de los forasteros de las reglas autóctonas de la hospitalidad pueden ser motivo de hostilidad entre residentes y visitantes (Pitt-Rivers, 1968).

No hay duda de que la obra de Pitt-Rivers está condicionada por un enfoque teórico estructural-funcionalista que da mayor relevancia al análisis sincrónico que al diacrónico, al equilibrio frente al conflicto y a la estructura más que a la acción. Estos presupuestos generan una visión idealizada, ahistórica y comunitarista de las sociedades analizadas que ha sido revisada por otros autores (Frigolé, 1980; Serrán Pagán, 1980). Sin embargo, el énfasis en las relaciones presididas por la alteridad influyó en el que podríamos considerar uno de los autores pioneros de la Antropología del Turismo en España. Nos referimos al antropólogo catalán Oriol Pi i Sunyer que, siguiendo la tradición de estudios sobre la hospitalidad, muestra cómo el turismo representa una nueva etapa en los encuentros entre visitantes y nativos, ya que supone el paso de una hospitalidad comunitaria a otra comercializada en la que el forastero deja de ser un visitante excepcional para convertirse en una figura habitual (no por ello menos extraña) (Cohen, 1972). Bajo las nuevas condiciones, las leyes de la hospitalidad tradicionales se ven trastocadas por otras basadas en el intercambio de mercado, lo que no implica necesariamente su desaparición completa (Tucker, 2001; Zarkia, 2011) ni tampoco la superación de los estereotipos culturales preexistentes (Pi i Sunyer, 1977).⁴

Además de su carácter precursor, la obra temprana de Pi i Sunyer se caracteriza por su enfoque innovador en un contexto académico internacional en el que dominaba y se extendía una mirada al turismo marcada por los presupuestos de la teoría de la dependencia, la cual subrayaba la aculturación como dinámica dominante (incluso única) en las relaciones turísticas (Núñez, 1963) y definía al fenómeno como una nueva forma de imperialismo que reproducía el círculo vicioso del subdesarrollo y descomponía a las frágiles culturas tradicionales (Britton, 1982; Crick, 1989; Nash, 1977; Turner y Ash, 1975). La obra de Pi i Sunyer supuso un avance teórico y metodológico porque el turismo se analizaba como una relación interétnica compleja basada en contactos directos, pero al mismo tiempo mediada por la percepción de alteridad y el dominio de imágenes preexistentes más o menos estereotipadas: *“Las ideas que alberga un grupo respecto al otro se basan en parte en la experiencia turística directa, pero también son producto de las categorías (imágenes y estereotipos) culturales de unos sobre los otros. Todas las culturas establecen categorías para organizar la realidad. Estas categorías permiten a los individuos relacionarse los unos con los otros y funcionan también en las relaciones interétnicas propias del turismo”* (1992: 285).⁵

A pesar de centrar sus estudios en el litoral de Cataluña, la obra de Pi i Sunyer tuvo escaso impacto en la antropología española de los años setenta. Esto se debe en parte a que el autor desarrollaba su actividad académica en Estados Unidos, pero sobre todo a la existencia de una serie de prejuicios que bloqueaban el desarrollo del turismo como objeto de estudio tanto a nivel internacional como en la propia España (Nash, 1981). En este período de institucionalización de la antropología social en el Estado español (Prat, 1999), el turismo no se consideraba todavía un asunto de interés científico, quizás por el dominio de un enfoque reduccionista que lo identificaba como una actividad moderna, frívola y totalmente ajena a las tradicionales culturas de las poblaciones estudiadas (Hernández-Ramírez, 2006; Nogués, 2009). La antropología hispana, al estar enfrascada en la revisión crítica de los marcos teórico-metodológicos imperantes hasta entonces (estructural-funcionalismo y estudios de comunidad) y centrada en otros temas de estudio considerados fundamentales (cultura popular, fiestas, religiosidad, identidad, marginación, minorías, inmigrados y estigmatizados) no concebía al turismo como un digno objeto de estudio (Prat, 1999).

El conjunto de prejuicios señalados ayuda a comprender la escasez de estudios antropológicos que en esta época se realizaron sobre el fenómeno, lo cual no deja de ser una enorme paradoja, pues el turismo organizado de masas estaba afectando radicalmente a la realidad española en todas sus dimensiones (económica, política, ecológica, cultural...). Esta circunstancia no era exclusiva de España, pues el modelo de desarrollo que optaba por el turismo fordista como estrategia modernizadora también se aplicaba en muchas otras zonas del planeta (López y Marín, 2010; Pereiro, 2013; Salazar, 2006). No obstante, en los setenta se realizaron algunas interesantes investigaciones sobre el turismo en España desde la óptica

antropológica que se ajustaban al modelo teórico dominante de la dependencia, (Contreras, 1975; Galán, Martín, Ruiz y Mandly, 1977; Jurdao, 1979; Greenwood, 1972, 1976, 1977; Nieto, 1975, 1976, 1977).

En todos estos trabajos se combinaba el análisis de los cambios con la denuncia social a causa de los impactos ocasionados por el turismo. Un caso paradigmático de este enfoque es el trabajo de Francisco Jurdao (1979) que apoya la tesis del turismo entendido como una forma de expansión del capitalismo con el análisis del acelerado proceso de urbanización vivido en la localidad costera andaluza de Mijas. En su obra revela cómo la implantación de un modelo de turismo de masas materializado en un urbanismo agresivo significó una profunda desarticulación de las bases económicas, ecológicas y socioculturales de este municipio de la Costa del Sol en un ambiente marcado por la corrupción política y empresarial.

En el análisis de los impactos del turismo sobre la cultura tradicional destaca también la obra del antropólogo Davydd Greenwood y especialmente su artículo *La cultura al peso* (1977). Aunque este autor es norteamericano (Universidad de Cornell), la trascendencia de su trabajo hace que merezca un comentario en esta genealogía, ya que suscitó un intenso debate en los foros antropológicos cuya repercusión internacional aun sigue vigente (Aramberri, 2001). Greenwood describía las transformaciones de los rituales del Alarde en Fuenterrabía (País Vasco) a raíz del desarrollo del fenómeno. Narra la intención del ayuntamiento de la localidad de organizar una réplica del desfile ritual tradicional para satisfacer la demanda turística y obtener rentabilidad económica de la fiesta. Con la etnografía ponía sobre la mesa el asunto de la mercantilización de la tradición y denunciaba el papel del turismo como una fuerza que interfiere en las lógicas culturales locales generando el extrañamiento de los nativos con sus acciones simbólicas festivas. Las conclusiones del estudio impulsaron la discusión sobre la relación entre turismo y patrimonio cultural, así como la revisión de nociones tan resbaladizas como las de autenticidad y comunidad. En la reedición del trabajo once años después de la publicación original (1989), el propio autor matizaba sus apreciaciones y reconocía que su énfasis en los impactos negativos del turismo respondía a un determinado momento histórico y teórico de la disciplina antropológica: “... *la aparente espontaneidad del enfoque antropológico sobre la disgregación de la comunidad local por parte del turismo no ha sido del todo accidental, ya que encaja a la perfección con la idea de comunidad tradicional y relativamente estática que de pronto se ve arrojada de bruces al escenario del capitalismo moderno*” (1992: 273).⁶

En la misma época, y también en el marco de la teoría de la dependencia, es relevante la etnografía realizada por Galán, Martín, Ruiz y Mandly (1977). En este caso el interés de los autores se centra en el análisis del universo laboral que irrumpe con el *boom* turístico *fordista* en la Costa del Sol andaluza. En la investigación se desvelan las desiguales relaciones sociales de producción, el carácter asimétrico de las interacciones entre trabajadores/nativos y turistas/forasteros, así como los procesos de aculturación de una población vinculada al sector primario que se incorporaba masivamente al terciario en condiciones precarias.⁷ Podría decirse además que la obra constituye un precedente del pos-estructuralismo al deconstruir los discursos hegemónicos del turismo que contribuyeron a la aceptación social del llamado *milagro turístico español*.

Otras aportaciones interesantes fueron los trabajos de Contreras (1975) y Nieto (1975, 1976, 1977) que abordaban el turismo como una actividad desestabilizadora que provoca la aculturación e incluso la extinción de la cultura tradicional. En diferentes unidades de observación ambos autores analizaban la escenificación de la autenticidad por parte de los nativos ante los turistas y denunciaban el fenómeno que, según estos planteamientos, podía provocar “el aniquilamiento de una de las culturas” (Nieto, 1977). Más allá de estas apreciaciones, los trabajos se apoyaban en sólidas etnografías que aportaban descripciones sistemáticas de las interacciones turísticas. Destaca la obra de Nieto en Formentera que distinguía metódicamente entre tipos de nativos (autóctonos y peninsulares) y de turistas (vacacionales, residentes y *peluts*), delimitando sus características, el tipo de relaciones establecidas entre ellos, así como el rol de los guías turísticos, auténticos intermediarios (*brokers*) al servicio de los tourperadores, que acercaban a los visitantes a los destinos contribuyendo a fijar la mirada y la imagen del lugar.⁸

A pesar de su gran interés, estas primeras contribuciones no abonaron un campo de estudio específico en los circuitos antropológicos. En los ochenta, la producción sobre el turismo siguió siendo escasa. Tan solo unos trabajos puntuales realizados a menudo con la colaboración de investigadores extranjeros constituían el exiguo panorama de la Antropología del Turismo en España. En unos casos los estudios mantenían el espíritu de denuncia de la década anterior (Mandly, 1983; Miquel Novajra, 1989; Oliver-Smith, Jurdao y Lisón Acal, 1989), aportando nuevas evidencias sobre el carácter nocivo del turismo de masas, pero aparecieron además nuevas temáticas como el estudio de la evolución histórica de destinos concretos (Lacroix, Roux y Zoido, 1983) o reflexiones teóricas sobre el fenómeno

en las sociedades emisoras (Aguirre, 1988; Cardín, 1990) que abrieron nuevas perspectivas al turismo como objeto de estudio antropológico.

2. Los noventa. El despegue

Hay que esperar a la década de los noventa para asistir al despegue de la Antropología del Turismo en España. Este despertar no es un fenómeno aislado, sino que habría que enmarcarlo en el contexto general de la disciplina donde proliferan nuevos ámbitos de estudio “uniendo a los dominios más clásicos, otros asuntos tan dispares como el género, la salud, la medicina, la denominada antropología de las edades, la alimentación, el deporte, la pesca, el turismo, la antropología industrial y de la empresa, la educación o el patrimonio. Ello dibuja, sin duda alguna, un panorama rico y heterogéneo” (Sanz, 2011:11).

Dentro de este marco plural el turismo adquiere gradualmente plena carta de naturaleza. Superada la visión comunitarista y los viejos recelos sobre la legitimidad del fenómeno como objeto de estudio, desde los noventa aumentan paulatinamente las publicaciones sobre el tema, lo que queda recogido en los índices bibliográficos realizados en esta época (Badillo, 1988; Prat 1991 y 1999; Santana y Hernández, 1994). Por todo ello, no es casualidad que en el libro editado en 1996 por Joan Prat y Ángel Martínez, que tenía como objetivo mostrar los principales campos temáticos de la antropología, figurara un capítulo específico dedicado a la Antropología del Turismo, obra de los profesores Agustín Santana y Fernando Estévez. Pero lo que constituyó un verdadero hito en todo este proceso fue la publicación en 1997 por la editorial Ariel del trabajo de Agustín Santana *Antropología y Turismo ¿Nuevas hordas viejas culturas?* La obra, muy citada en los círculos académicos, es un texto que ha contribuido decisivamente a divulgar las aportaciones y potencialidades de la antropología para el estudio del turismo en los países hispanohablantes.

El arranque de la Antropología del Turismo en España no obedece tan solo a desarrollos internos de la disciplina, sino también a un creciente interés por el fenómeno en el contexto de las ciencias sociales, lo que se ha traducido en una rápida institucionalización de los estudios universitarios de turismo. Este *boom* académico pretende ser una respuesta profesional a la globalización de la actividad, la cual ya en los noventa adquiere escala planetaria, pasando de ser un fenómeno localizado en determinadas áreas de determinados países a abarcar ámbitos territoriales muy amplios y tipos de turismo muy diversos. En pocos años, los espacios hedonistas propios del turismo fordista, que conformaban una geografía turística bien delimitada, se fueron extendiendo y diversificando por todos los rincones del globo para cubrir una diversificada demanda de consumo de naturaleza, historia, tradición, espectáculos y modernidad. La complejidad de un fenómeno, que es más que producción y consumo, porque está estructuralmente asentado en la lógica y el funcionamiento de las sociedades contemporáneas, supuso a partir de los noventa la eclosión de estudios sobre el turismo en todas las ciencias sociales y una creciente demanda social de expertos y profesionales en la materia.

Como consecuencia de ello, el estudio y la enseñanza del turismo en las universidades españolas comenzó en esta década a dejar de ser un campo marginal e incluso poco reconocido para convertirse en una de las titulaciones de mayor repercusión si se tiene en cuenta el volumen de estudiantes matriculados y el creciente número de facultades de turismo que se implantaron desde esta etapa en todo el Estado.⁹ Esta institucionalización de la enseñanza del turismo ha requerido la especialización de profesionales de las distintas áreas de las ciencias sociales tanto en la docencia como en la investigación. El resultado ha sido un considerable incremento de las tesis doctorales y publicaciones científicas en todos los campos de las humanidades y ciencias sociales y, en materia docente, un aumento de cursos generales y especializados sobre distintas temáticas relacionadas con el fenómeno. La incorporación plena de los estudios de turismo al ámbito universitario español ha afectado también a la antropología social que, en niveles más modestos que los de otras disciplinas como marketing, economía o geografía, participa en los planes de estudio de las facultades asumiendo la formación en materias relacionadas con el patrimonio cultural (especialmente el etnológico o inmaterial) y más específicamente con la asignatura Antropología del Turismo. Sirva como botón de muestra de esta paulatina incorporación del estudio antropológico del turismo en la universidad española que en el periodo 1991-2014 se han defendido casi una veintena de tesis doctorales de esta materia (ver apartado específico en la bibliografía al final de este texto).

El terreno abonado en los noventa ha supuesto el reconocimiento definitivo de la Antropología del Turismo en la comunidad de antropólogos españoles. Prueba de ello es que en la práctica totalidad de los Congresos organizados por la Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español (FAAEE)

celebrados desde 2003 se han organizado simposios específicos sobre Antropología del Turismo, además de otros centrados en temas relacionados directa o indirectamente con el fenómeno turístico, tales como el patrimonio cultural o los museos.

En el siguiente cuadro se muestran los congresos, simposios específicos de Antropología del Turismo y los coordinadores responsables de los mismos.

Cuadro 1. Simposios de Turismo en los congresos de Antropología de la FAAEE.

Congreso Ciudad y año	Título del Congreso	Título del Simposio de Antropología del Turismo	Coordinadores
IX Congreso. Barcelona, 2002	<i>Cultura & Política</i>	<i>Recreaciones medioambientales, políticas de desarrollo y turismo</i>	Martínez, J., A. Santana, A. y Rodríguez, X. S.
X Congreso. Sevilla, 2005	<i>Culturas, poder y mercado</i>	<i>El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación.</i>	Santana, A. y Prats, Ll.
XII Congreso. León, 2011	<i>Lugares, tiempos, memorias</i>	<i>Turismo, patrimonio e identidad. Un intercambio narrativo.</i>	Prats, Ll. y Santana, A.
XIII Congreso. Tarragona, 2014	<i>Periferias, Fronteras y Diálogos</i>	<i>La antropologización del turismo y la turistificación de la antropología.</i>	Santana, A., Pereiro, X. y Hernández- Ramírez, J.

Fuente: Actas de los Congresos. Elaboración propia.

Por último y no menos relevante es que en este periodo se han desarrollado importantes iniciativas editoriales materializadas en publicaciones monográficas. En el ámbito de la Antropología del Turismo destaca la labor editorial de *Pasos Edita* que, en formato digital, ha publicado en el periodo 2007-2014 doce monográficos de los que ocho son obras o compilaciones realizadas por antropólogos españoles (ver Bibliografía). En cuanto a revistas se ha producido también un destacable desarrollo con la aparición de nuevas publicaciones específicas del turismo, así como de otras que dedican números monográficos al fenómeno o publican periódicamente artículos de esta temática en sus volúmenes misceláneos. Entre las específicas destacan por orden de antigüedad: *Papers de Turismo* (1989), *Cuadernos de Turismo* (1998), *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* (2003), *Revista de Análisis Turístico* (2006), *TuryDes. Revista de investigación en Turismo y Desarrollo local* (2007) e *Investigaciones Turísticas* (2011).

Los factores anteriormente mencionados se han traducido en un crecimiento paulatino de la producción científica de los antropólogos españoles constituyendo en la actualidad uno de los campos de investigación más fértiles.

3. La Antropología del Turismo en el siglo XXI

Con el objetivo de mostrar una panorámica actual de la Antropología del Turismo en España, en este apartado se analiza la producción bibliográfica de los antropólogos españoles en el periodo 2000-2013 difundida en las principales revistas científicas especializadas en antropología social y en turismo tanto españolas como internacionales. La selección de las publicaciones se ha realizado teniendo en cuenta los índices bibliométricos estandarizados que persiguen determinar la relevancia, influencia e impacto de las revistas en la comunidad científica a la que se dirigen mediante el recuento de las citas bibliográficas.

Se han escogido las dos revistas internacionales de turismo con mayor impacto académico en 2012 según los parámetros establecidos por el *Journal of Citation Report (JCR)* (dentro de la categoría “Hospitality, Leisure, Sport and Tourism”) y los indicadores de SCImago Journal & Country Rank (SJR) (en las materias “Tourism, Leisure and Hospitality management”). Son las revistas “*Annals of Tourism Research*” y “*Journal of Sustainable Tourism*”; la primera ocupa el primer puesto en el escalafón del

JCR y la segunda el primero en el del *SJR*. Ambas revistas tienen un carácter multidisciplinar y se especializan en la difusión de investigaciones sobre turismo.

A partir de los datos proporcionados por el “Índice Impacto de las Revistas Españolas de Ciencias Sociales” (IN-RECS) del año 2011, se han seleccionado cuatro publicaciones situadas en los puestos más altos del ranking.¹⁰ Son las siguientes: “*AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*”, “*Revista de Antropología Social*”, “*Gazeta de Antropología*” y “*Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio cultural*”. Las tres primeras son publicaciones genéricas que abarcan todos los campos de la antropología social mientras que *Pasos* es la única seleccionada de carácter multidisciplinar especializada en la materia. De estas revistas en español tan solo *AIBR* figura en el *JCR* en su última edición (2012) dentro de la categoría “Antropología” y está presente además en *Scimago Journal* y *Scopus*.¹¹ En estos dos últimos rankings también están consignadas la *Revista de Antropología Social* y la *Gazeta de Antropología*; mientras que *Pasos* está incluida en distintos índices y bases de datos, ocupando el segundo puesto de las publicaciones españolas de antropología en IN-RECS (2011) detrás de la *Revista de Antropología Social*.¹²

El procedimiento investigador ha consistido en la revisión exhaustiva de los índices de contenidos de los artículos publicados en estas seis revistas desde 2000 hasta 2013, lo que ha permitido crear una bibliografía con ochenta y cuatro referencias. Con este vaciado sistemático de los artículos se pretende responder a cinco grandes cuestiones; las cuatro primeras de carácter cuantitativo y la última en un sentido más analítico. En primer lugar, conocer en qué revistas publican preferentemente los antropólogos del turismo españoles; en segundo, comprobar la evolución anual del número de artículos publicados en el período 2000-2013; el tercer objetivo consiste en saber dónde se localizan las unidades de observación seleccionadas; en cuarto lugar, determinar qué temas interesan a los investigadores. Este último asunto permitirá abordar en un ulterior apartado el quinto objetivo, a saber: los principales debates y aportaciones de la antropología española del turismo y el desarrollo de los temas tratados.

4. Dónde se publica

La primera constatación de este trabajo es que la mayor parte de los antropólogos españoles publican sus artículos en revistas latinoamericanas y españolas. Ocupa el primer lugar, *Pasos* que ha editado hasta abril de 2014 doce volúmenes anuales que suman treinta y siete números y 415 artículos. De ellos los antropólogos que trabajan en instituciones españolas han publicado treinta y siete, lo que representa un 8,9 % del total. Le sigue *Gazeta de Antropología* que, hasta el primer semestre de 2014, ha publicado treinta volúmenes de temas genéricos de antropología que suman 524 artículos de los que los antropólogos españoles del turismo son autores de veintinueve, lo que representa un 5,5 % del total. En tercer lugar se sitúa la reconocida *AIBR* que ha publicado desde enero de 2006 hasta la actualidad nueve volúmenes, veinticinco números (3 números al año) y 141 artículos. En esta revista los antropólogos españoles del turismo han participado con un total de diez trabajos, lo que representa el 7% de la producción de la revista en su nueva etapa.¹³ Por último, la *Revista de Antropología Social* ha publicado hasta 2013 veintitrés números (uno por año) que suman 256 artículos de los cuales ocho tratan directa o indirectamente sobre turismo y siete de ellos son escritos por antropólogos españoles, lo que representa un 2,7% del total.

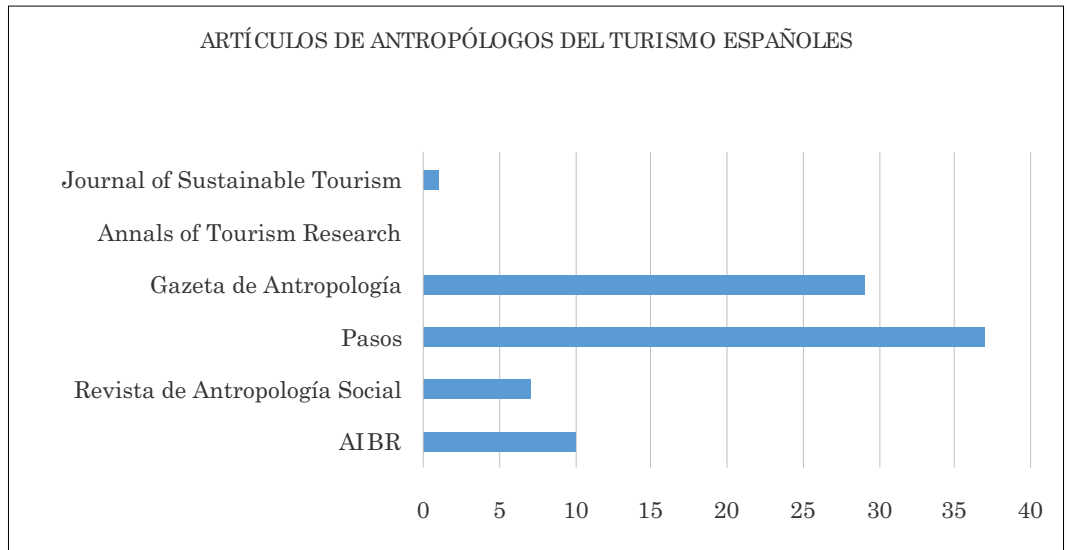
La segunda constatación es que los antropólogos españoles del turismo no suelen publicar en revistas internacionales especializadas que utilizan como vehículo otro idioma distinto del español. Si nos atenemos a las dos publicaciones internacionales seleccionadas se comprueba que en el periodo estudiado tan sólo se ha publicado un artículo escrito por un antropólogo español (Gascón, 2013). Llama la atención esta escasa presencia en un contexto en el que publicar en este tipo de revistas supone para los investigadores un mayor reconocimiento, mejoras objetivas en sus instituciones académicas y, por supuesto, la proyección internacional de sus investigaciones. Apunto tres razones tentativas para interpretar el fenómeno: en primer lugar, las dificultades que supone la aceptación de los artículos enviados a los consejos de redacción en un ambiente muy competitivo que se desenvuelve en un idioma extranjero; segundo, la escasa integración de los investigadores hispanohablantes en las redes científicas anglosajonas; y, por último, las distintas temáticas, tradiciones epistemológicas y zonas de estudio que preocupan a las comunidades científicas anglosajonas e hispanoparlantes.

Cuadro 2. Participación de los antropólogos españoles en revistas de Turismo y Antropología Social (2000-2013)

Revistas	Total artículos	Artículos de antropólogos españoles	Porcentaje
<i>AIBR</i>	141	10	7
<i>Revista de Antropología Social</i>	256	7	2,7
<i>Pasos</i>	415	37	8,9
<i>Gazeta de Antropología</i>	524	29	5,5
<i>Annals of Tourism Research</i>	1.519	0	0
<i>Journal of Sustainable Tourism</i>	535	1	0,1
Total	3.134	84	2,6 %

Fuente: Índices de contenido de las revistas. Elaboración propia.

Gráfico 1



Fuente: Índices de contenido de las revistas seleccionadas. Elaboración propia

5. Cuánto se publica

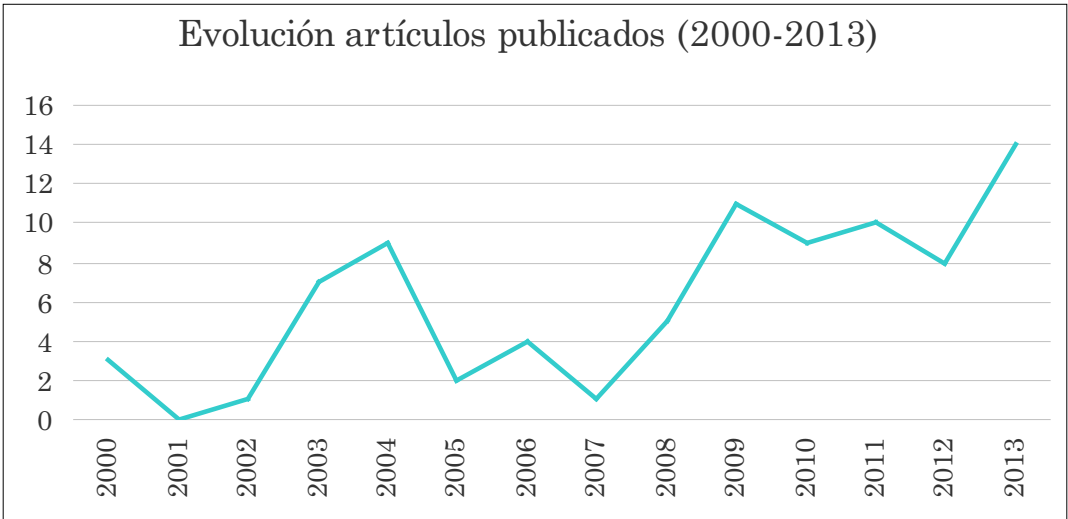
El registro de los artículos publicados en las revistas seleccionadas aporta otro dato muy significativo: que la transformación del turismo en objeto de estudio antropológico comienza a consolidarse en la actual década. Tal como se refleja en el siguiente gráfico, la producción aumenta a partir de 2003 alcanzado en 2013 el mayor volumen de trabajos editados.

6. Dónde se investiga

Las unidades de observación donde los antropólogos del turismo españoles tratan de verificar sus hipótesis se localizan mayoritariamente en el territorio del Estado (48%) y en segundo lugar en América Latina (16%). El resto de países y continentes del globo son abordados marginalmente en las etnografías (7%).

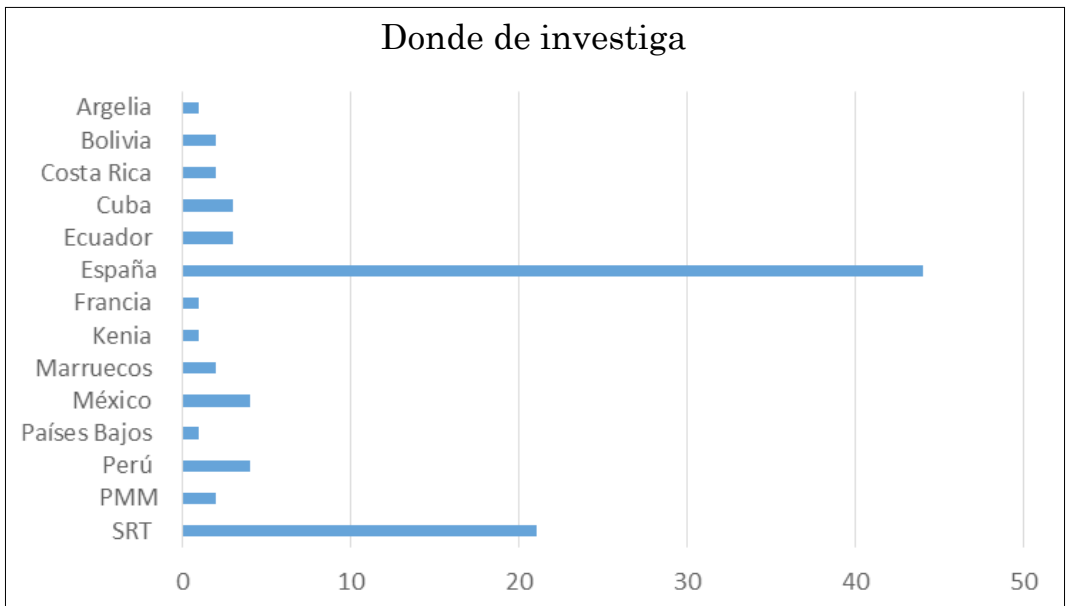
Otras veces los estudios no se centran en espacios concretos como podrían ser los destinos turísticos sino, que al tomar como sujetos de investigación a los propios turistas, adoptan como estrategia metodológica una innovadora perspectiva móvil y multisituada (PMM) (Anta, 2013; Mancinelli, 2009). El resto de los artículos registrados son de carácter teórico (22%), por lo que carecen de referencia territorial específica (SRT), aunque es habitual el recurso a distintos lugares para ilustrar y fundamentar los argumentos.

Gráfico 2



Fuente: Revistas seleccionadas. Elaboración propia

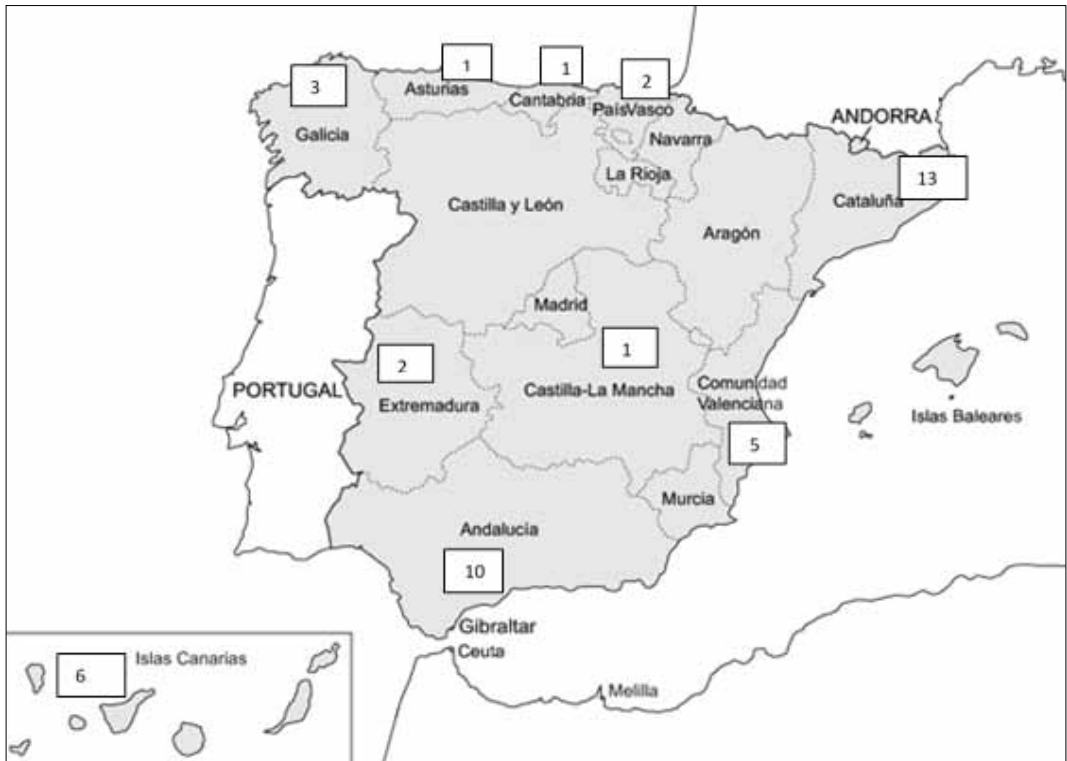
Gráfico 3



Fuente: Contenidos de las revistas seleccionadas. Elaboración propia

Esta especialización territorial revela que los antropólogos españoles diseñan sus investigaciones en ámbitos cercanos a su entorno profesional por su implicación con los territorios donde viven, pero además por estar condicionados por limitaciones presupuestarias y por la existencia de incompatibilidades temporales entre la labor docente y la etnográfica. La mayor proyección hacia América Latina tiene que ver con la vinculación histórica e idiomática entre los países de ambas orillas del Atlántico y también con el contexto de la cooperación española al desarrollo (AECID), que financia estudios en esta región considerada zona preferente para la intervención.

Tal como se refleja en el siguiente mapa, las investigaciones realizadas en suelo español se realizan sobre todo en aquellas comunidades autónomas donde la antropología social y los estudios de turismo están más implantados institucionalmente. Son por orden de importancia Cataluña y Andalucía, es decir, los territorios en los que las tradiciones académicas de la antropología están históricamente más asentadas y en Canarias donde se ha producido una fructífera convergencia entre los estudios de antropología marítima y del turismo en el marco de la Universidad de La Laguna.



7. Qué temas se investigan

Para identificar los temas de investigación que interesan a la comunidad de antropólogos del turismo españoles se ha procedido al análisis de las “Palabras Clave” que aparecen en los artículos seleccionados. Se parte del recuento de las existentes y del agrupamiento posterior de aquellos artículos cuyos términos se repiten, son sinónimos o afines, lo cual permite establecer una discriminación temática.

El conjunto de artículos sometidos a este análisis de contenido suma un total de 375 “Palabras Clave”, que se reducen a 352 al suprimir aquellos términos que hacen referencia a los lugares de estudio. Es significativo indicar que los términos que aparecen con mayor frecuencia son los de “Turismo”, “Patrimonio” y “Patrimonio Cultural”, “Espacios Protegidos” (naturales, reservas, medioambiente), “Identidad” e “Identidades”. Otras palabras que se repiten son las de “Turismo Cultural”, “Fiesta”,

“Campesinado” y “Cultura”. Esta primera síntesis temática ayuda a conocer cuáles son los intereses más recurrentes de los investigadores.

Una vez agrupados los artículos que contienen un alto grado de coincidencia en las Palabras Clave (depurando aquellas consideradas menos relevantes) se establece la siguiente clasificación temática formada por seis grandes intereses de investigación, que se subdividen en campos más específicos:

Cuadro 3. Clasificación de los temas abordados por los antropólogos del turismo españoles (2000-2013)

Temas generales	Campos específicos	Nº de artículos
Patrimonio Cultural	Museos	3
	Fiestas y rituales	8
	Procesos de patrimonialización	4
	Gastronomía, arquitectura y oficios	5
	Relaciones del patrimonio con el turismo	7
Turismo y Desarrollo	Turismo, patrimonio y desarrollo	5
	Turismo comunitario	7
	Nueva Ruralidad	6
	Redes de actores	2
Teoría y concepto del turismo		7
Residentes y turistas	Turistas	6
	Interacciones residentes y visitantes	7
	Turismo sexual	2
Medioambiente, conservación y turismo		11
Imagen y publicidad turísticas		4
Total		84

Fuente: Palabras Clave de los artículos seleccionados. Elaboración propia

Entre los temas seleccionados es, sin duda, el “Patrimonio Cultural” el que más trabajos reúne (27), seguido de “Turismo y Desarrollo” (20), “Medioambiente y Turismo” (11), “Residentes y turistas” (15), “Teoría y Concepto del turismo” (7) y, por último “Imagen y Publicidad Turísticas” (4). En las siguientes páginas se abordará el tratamiento de los asuntos señalados, resaltando los debates y aportaciones más significativas.

8. Un tema recurrente: el patrimonio cultural

Las relaciones entre el patrimonio cultural y el turismo son complejas; “un mar de confusiones” al decir de Prats (2011). Este fenómeno es relativamente reciente y se enmarca en lo que Santamarina denomina “una segunda ola intensiva de patrimonialización de la cultura” (2005: 32) en la que la ecuación “patrimonio-identidad” se ve reemplaza por la de “patrimonio-venta-consumo”. Considero, no obstante, que lo que se está produciendo hoy es que ambas ecuaciones coexisten y se conjugan, alcanzando un mayor protagonismo la segunda fórmula que transforma al patrimonio en producto. La asociación del patrimonio a la identidad y, al mismo tiempo, la demanda de cultura por parte del turismo generan contradicciones, conflictos, malentendidos, instrumentalizaciones, pero también sinergias y retroalimentaciones. Podría decirse que en la actualidad el patrimonio cultural difícilmente puede concebirse sin sus relaciones con el turismo, porque desde hace tiempo el primero ha dejado de ser una carga para las arcas públicas gracias al turismo que garantiza su sostenibilidad; pero, al

mismo tiempo, las distintas modalidades de turismo cultural dificultosamente podrían ser rentables sin recurrir al patrimonio. Es lo que Prats denomina “demanda bidireccional” (2011: 250). De ahí que no sea una casualidad que en las titulaciones de turismo, la asignatura “Patrimonio Cultural” forme parte de los itinerarios curriculares. Esta demanda de profesionales competentes para intervenir como gestores del patrimonio en contextos turísticos ha impulsado la formación de un cuerpo de investigadores especializados en patrimonio y turismo. Prueba de ello es que el 50 % de los artículos analizados en esta genealogía se agrupan en esta temática.

Los artículos varían entre aquellos ocupados en aspectos teóricos, a veces propositivos, y las etnografías que permiten ilustrar las controversias y sinergias entre patrimonio y turismo. Los autores parten de diferentes interpretaciones. Santamarina (2013) considera que la alianza del turismo con el patrimonio obedece a la existencia de un marketing global que introduce en el mercado marcas locales para el consumo turístico de lo auténtico. Concreta esta idea Santana (2003) al sostener que en los escenarios turísticos el patrimonio se mercantiliza, lo que implica su objetivación como un producto que es comercializado como genuino de acuerdo con el gusto de los consumidores globales. Para ello se recurre a escenografías que, dependiendo del buen hacer del promotor, generan experiencias satisfactorias de autenticidad entre los turistas. Por su parte Marcos (2010) insiste en la noción del patrimonio como identidad, por lo que cree que esta comercialización puede alterar los significados y usos sociales de la herencia cultural. Pero también opina que cuando la mercantilización se inscribe en estrategias socioeconómicas promovidas por la comunidad local o sectores de ésta las acciones pueden favorecer el desarrollo endógeno, reafirmando de paso la identidad colectiva. Esta divergencia de los autores es, sin embargo, una cuestión de énfasis, ya que el propio Santana señala que el turismo de forma no intencionada puede revitalizar sentimientos de pertenencia en las sociedades receptoras de turistas.

La etnografía aporta buenos ejemplos de situaciones de banalización patrimonial. Con el caso de la peregrinación jacobea, Herrero (2011) ilustra un proceso de mercantilización que somete a la tradición a las reglas de la actual cultura del consumo, lo que supone una resignificación de los contenidos del ritual que se difunden globalmente. Así, los contenidos del Camino de Santiago son reelaborados con nuevas narrativas que combinan toda una suerte de imaginarios de orígenes distintos mezclados en un collage posmoderno de lo más heterogéneo (historia, espiritualidad, esoterismo, psicoterapia alternativa, Shirley MacLaine, Paulo Coelho...). El turista hace uso a su antojo de los componentes de este pastiche ecléctico, lo que le permite vivir una peregrinación personalizada que modela a su gusto como consumidor. En un sentido parecido, Fernández Juárez (2013) ejemplifica cómo es trivializado el patrimonio de los mineros quechuas del Potosí boliviano al comprobar que el símbolo tradicional que representa la figura de un diablo protector (llamado “*Tio*”) y los rituales relacionados con este icono están en riesgo de desvirtuarse ante la afluencia de turistas atraídos por el presunto “primitivismo y exotismo” de estas creencias y prácticas. La posible declaración de este culto como patrimonio inmaterial de la humanidad por la UNESCO podría -según el autor- acentuar este proceso de banalización en el que se escenifican “parafernalias indígenas pensadas para turistas que constituyen un pálido reflejo, verdaderos sucedáneos, de su propia realidad, lo que constituye en cierto sentido un fraude para el propio turista” (2013: 309) y una folclorización que silencia y oculta la cruda realidad de los mineros.

Los trabajos suelen concluir con propuestas concretas de gestión turística del patrimonio cultural. Ante el riesgo objetivo de pérdida de valores culturales del patrimonio y el extrañamiento con el mismo de sus depositarios, Marcos (2010) plantea la necesidad de introducir la negociación entre los actores para la definición del uso turístico del patrimonio. Martín de la Rosa (2003) insiste en desarrollar una adecuada gestión que impida la descontextualización del patrimonio cuando la cultura se pone en escena y que asegure al mismo tiempo su propia evolución de acuerdo con los intereses y deseos de sus protagonistas, evitando un conservacionismo que conduzca a la fosilización de los bienes y acciones. Herrero (2011) sintetiza distintas propuestas de antropólogos españoles que, para el caso de la peregrinación compostelana, persiguen neutralizar “las fuertes tendencias del régimen de significación posmoderno a mercantilizar la cultura y a reducir sus complejas y múltiples dimensiones y relaciones con la vida humana” (2011: 300). Por su parte, Fernández Juárez (2013) sostiene que en la gestión y protección del patrimonio mundial debe involucrarse también la UNESCO, promoviendo una acción que destine la riqueza generada en torno a los bienes a sus legítimos depositarios, asegurando la continuidad de los valores y usos sociales del patrimonio cultural.

Los procesos de patrimonialización y su vinculación con el turismo constituyen también un motivo de reflexión y análisis etnográfico de enorme interés (Carbonell, 2010; Cornejo, 2011; García 2013; Gómez Ferri, 2004). Los autores subrayan el carácter construido de todo patrimonio y su dimensión sociopolítica, identificando a los sectores sociales que promueven la selección de elementos concretos de

la cultura para ser elevados a la categoría de patrimonio y las consecuencias de estas acciones sobre la memoria y la identidad social. En este sentido, se resalta cómo esta segunda ola de patrimonialización se materializa en la transformación de territorios, inmuebles y actividades en productos turísticos. Destaca el trabajo de Carbonell (2010) que analiza en la localidad catalana de Sant Pol de Mar la patrimonialización de la playa y la oposición organizada de ciudadanos a un proyecto de rehabilitación del frente marítimo. El estudio destaca las visiones encontradas sobre los significados y usos del paisaje litoral transformado en patrimonio y la emergencia del patrimonialismo como un movimiento social contemporáneo de indudable interés (Gómez Ferri, 2004). Por su parte Cornejo (2011) en el marco de una antropología dialógica analiza cómo las autoridades locales de Noblejas (Toledo) cambian su noción de cultura hacia el patrimonio y la identidad, seleccionando elementos de la tradición rural teñidos de una estética sumamente idealizada que son patrimonializados. Esta operación se desarrolla de acuerdo con la estrategia de la UE en el medio rural que persigue atraer a un turista nostálgico "buscador de raíces". Redunda en la reflexión sobre la patrimonialización García (2013), que estudia la iniciativa política de transformación de un antiguo poblado minero asturiano (Bustiello) en un Bien de Interés Cultural (BIC), al tiempo que en un producto turístico. Sostiene que la intervención implica una reutilización del poblado tras la crisis minera, lo que implica nuevos usos, sujetos y discursos institucionales sobre el mismo. Esta práctica supone la eliminación de elementos, la selección y transformación de otros y una resignificación que da coherencia narrativa al conjunto para el consumo turístico; pero al mismo tiempo provoca el distanciamiento de la población autóctona con el patrimonio.

Las distintas categorías del patrimonio etnológico en su relación con el turismo constituyen igualmente temas de estudio etnográfico y diagnóstico antropológico. Fiestas y rituales sobre todo y en menor grado gastronomía (Espeitx, 2004; Medina y Treserras, 2008; Pereiro y Conde, 2005), oficios tradicionales (Acuña y Ranocchiarri, 2012) y arquitectura vernácula (Espinar y López, 2000) son los asuntos que más interesan. Por su parte, el estudio de los museos y centros de interpretación representa otro campo específico muy sugerente con importantes aportaciones. Destaca el trabajo de Fernández de Paz (2006) que analiza la evolución de los museos y la situación actual en la que la demanda turística de autenticidad se traduce en la exposición de un patrimonio que expresa una idealización del pasado. En un sentido distinto Abella, Alcalde y Rojas (2012) subrayan el desajuste que se produce entre los discursos museográficos clásicos y las necesidades y expectativas de los turistas. Por su parte, Roigé y Arrieta (2010) reflexionan sobre el papel que desempeñan los museos en la definición y recomposición de las identidades (locales, regionales y nacionales) en el País Vasco y Cataluña, resaltando la influencia de la globalización y del turismo cultural en estos procesos (proliferación de centros, equipamientos emblemáticos, instituciones culturales y grandes eventos).

En cuanto a las fiestas algunos autores, siguiendo la estela de los estudios de Greenwood, tratan de demostrar que el ritual se desvirtúa en su relación con el turismo cuando se convierte en objeto de consumo cultural (Berlanga, 2004; Jiménez de Madariaga, 2011; Santamarina, 2008) mientras que otros dibujan una relación más compleja cuando son sectores de la sociedad local los que intervienen en la mercantilización turística de las fiestas (Hernández-Ramírez, 2010) subrayando la existencia de una secular tensión entre los valores de uso (identidad) y los valores de cambio (turismo) (Marcos, 2009) o cuando turismo cultural y nacionalismo se retroalimentan (Herrero, 2009); todo ello revela que los elementos de la ecuación patrimonio-identidad-mercado no son necesariamente excluyentes. En cualquier caso, en su conjunto los autores coinciden en que el turismo genera cambios sociales que son visibles en las acciones simbólicas festivas.

Las relaciones entre poder, turismo y fiestas comprenden un campo de investigación específico abordado por algunos investigadores. Berlanga (2004) analiza cómo el turismo afecta a las peregrinaciones bereberes en la localidad marroquí de Imilchil. Comprueba que distintas iniciativas promovidas por el Estado (tales como hacer coincidir la fecha de celebración de los rituales con la temporada turística, cambiar la denominación del evento, folclorizar las bodas colectivas, disfrazar a los empleados de los negocios turísticos con vestimentas tradicionales *tuaregs*, adecuar el municipio a la estética tradicional...) persiguen atraer al mayor número de visitantes y satisfacer su demanda de autenticidad. Pero, al mismo tiempo, verifica que son instrumentos de poder para ejercer el control sobre la propia población bereber y sus instituciones tradicionales. Por su parte, Brisset (2009) sugiere que el poder político promociona las fiestas para fomentar el negocio turístico al comprobar que el reconocimiento administrativo de "Fiestas de Interés Turístico" (singular, provincial, nacional e internacional) para el caso español es un fenómeno que continúa desde los setenta y crece en la actualidad, ya que el número de las inscritas aumenta. El fenómeno refleja además la competencia entre distintas localidades para alcanzar una mayor proyección internacional. También Herrero (2009) se concentra en la estrecha conexión entre

identidad, poder y fiestas, pero en este caso a través del análisis del discurso. La autora comprueba que las bases del argumento que trata de atraer turistas y conectar el Camino de Santiago con un histórico peregrinaje a Finisterre (Galicia) se fundamentan en las tradiciones folclóricas del nacionalismo gallego, al tiempo que en los actuales discursos de la Unión Europea en los que la peregrinación es contemplada como un itinerario continental. En el artículo demuestra que turismo, tradición e ideologías políticas desempeñan un papel clave en la transformación y resignificación del territorio.

9. Desarrollo y Turismo

El turismo como factor de desarrollo constituye un tópico clásico. Destacan los trabajos de Prats (2003 y 2011) en los que desmitifica y refuta tres lugares comunes: primero, la ecuación “Patrimonio + Turismo = Desarrollo”; segundo, que todo el territorio español es turístico; y, por último, que hay un sector de consumidores ansiosos de practicar el turismo cultural. Según el autor estas opiniones son causantes del fracaso de numerosas apuestas de desarrollo y sostiene que, para asegurar la viabilidad del patrimonio en contextos turísticos, se debería partir de alguna de las siguientes condiciones: que el destino cuente con recursos patrimoniales de extraordinario atractivo; que los bienes patrimoniales se hallen en grandes áreas metropolitanas; o que estos recursos se localicen en destinos maduros bien consolidados. Plantea que la mayor parte de las iniciativas turísticas que se impulsan sin desarrollarse en lugares que reúnan alguna de las tres situaciones señaladas están condenadas a fracasar.

El papel de los promotores del desarrollo turístico a través del patrimonio es otro asunto analizado por algunos autores. Hernández-Ramírez (2011) critica el diseño de rutas turísticas por parte de agentes externos (públicos y privados) que tratan de mercantilizar elementos patrimoniales aislados desvertebrando los territorios donde se implantan. Zamora (2011) reflexiona críticamente sobre el rol de políticos e ilustrados en los procesos de patrimonialización, apostando por la participación activa de los ciudadanos y por la implantación de estrategias de desarrollo inclusivas y negociadas que utilicen el patrimonio como un recurso turístico al tiempo que como un medio para recuperar la autoestima de los grupos. Dentro de esta línea destacan también los trabajos de Merinero (2009) y Merinero y Zamora (2009) cuyo foco de interés se centra en el análisis de las redes sociales formadas por los actores turísticos, lo que permite determinar el grado de interconexión y colaboración existente, así como el nivel de control que ejercen las sociedades locales en la gestión turística.

Las profundas transformaciones sufridas en las últimas décadas en el medio rural y la emergencia de la llamada “nueva ruralidad” han suscitado también el interés de la antropología española, que ha evolucionado de los estudios campesinos a la investigación de las movilidades, las políticas de desarrollo, los cambios de las bases económicas y la emergencia de nuevos sectores productivos (Roseman, Prado y Pereiro, 2013). Los diferentes autores comprueban que, en esta nueva y dinámica ruralidad, el turismo se ha convertido en un pilar fundamental. No solo es un pujante sector que diversifica la economía (Salas y González, 2013), sino que además favorece el desarrollo de producciones autóctonas de calidad bajo la etiqueta de lo sustentable y lo ecológico (López y Aguilar, 2013) contribuyendo a modificar la gastronomía y sus significados (Pereiro y Prado, 2005), los imaginarios colectivos (Nogués, 2006), así como las relaciones de género (Soronellas, Bodoque y Torrens, 2013). Con un enfoque menos optimista, Gómez Pellón (2012) señala que las políticas de la Unión Europea que fomentan la multifuncionalidad de los espacios generan “multitud de paisajes sociales de ruralidad” entre los que se hallan escenarios con resultados mucho más modestos de lo que se había proyectado.

Otro tópico cada día más frecuente lo comprenden las investigaciones que abordan el desarrollo del turismo de base local en comunidades indígenas y campesinas de América Latina. Para unos autores, el turismo comunitario constituye una oportunidad de desarrollo socioeconómico que puede implicar un reforzamiento de las instituciones y valores tradicionales, e incluso promover la etnogénesis (Hernández y Ruiz, 2011), así como un control comunitario de los cambios (Pastor, 2012). Todo ello se traduce potencialmente en el empoderamiento, la equidad social y la negociación continua bajo un modelo horizontal. Desde esta aproximación el turismo se adapta a los intereses y necesidades de la comunidad (Ruiz, et al, 2008). Sin embargo, esta adaptación es problemática para Gascón (2013) quien describe las dificultades de todo tipo que supone la introducción del turismo como actividad exógena y desconocida en la isla Amantani (Perú), al tiempo que cuestiona la viabilidad del modelo resaltando los conflictos y contradicciones que genera (desigualdad económica y exclusión en el proceso de toma de decisiones). Coinciden con este diagnóstico Escalera, Cáceres y Díaz (2013) los cuales comprueban cómo en Caño Negro (Costa Rica) la política de conservación de la naturaleza y desarrollo turístico

comunitario encuentra una gran dificultad antes los conflictos y relaciones de poder que se viven en el interior de la comunidad.

Otro tema controvertido es el papel de la Cooperación Internacional en el turismo comunitario. Gascón (2013) es crítico con el rol intervencionista de las ONG al igual que Valcuende y de la Cruz (2009) que indican que muchas de estas organizaciones se han convertido en empresas de intervención social e incluso en multinacionales de la cooperación, que requieren ingresos para su propia supervivencia, lo que supone que las lógicas comunitarias y las de las ONG son a menudo distintas, poniendo en evidencia la retórica participativa con que las organizaciones defienden las propuestas de turismo comunitario. En un sentido diferente, Ruiz-Mallén, et al (2012) resaltan las ventajas de la investigación aplicada para apoyar y asesorar iniciativas impulsadas desde el interior de comunidades locales y grupos étnicos.

10. Medioambiente, espacios protegidos y turismo

El turismo implica transformaciones en los usos y significados del territorio (Pastor, 2003), especialmente de aquellos protegidos por la administración. Este asunto está generando una reflexión de profundo calado en la producción antropológica. Frigolé (2012) analiza en el Pirineo Catalán cómo la declaración de un parque natural junto a otros procesos comunes a muchas áreas rurales protegidas (crisis agrícola, éxodo campesino, nuevos vecinos y terciarización) implican profundos cambios. Todo ello se traduce en la coexistencia en un mismo lugar y tiempo de distintas cosmologías y concepciones de la naturaleza y de la historia acordes con diferentes sectores sociales, que reflejan y dan contenido a relaciones sociales jerarquizadas y llenas de tensiones. Del mismo modo, Valcuende et al (2011) estudian los discursos y visiones que sobre la naturaleza activan distintos sectores en el Parque Natural Cabo de Gata-Níjar y la controversia generada fruto de lógicas económicas e intereses opuestos difícilmente compatibles. La narrativa hegemónica que recrea el espacio como paraíso natural se esgrime para construir legitimidades sobre los usos adecuados en el entorno protegido y sirven para potenciar nuevos aprovechamientos supuestamente sostenibles como el turismo de calidad, pero también para criminalizar la agricultura intensiva de regadío bajo plástico que domina en el entorno del espacio protegido y constituye la principal fuente de riqueza de la población local. Rodríguez Darias (2007), Santamarina (2008) y Santamarina y Bodí (2013) coinciden con los anteriores autores al destacar también la proliferación de áreas protegidas, el dominio de discursos ecológicos globalizados y el conflicto que se genera en la arena local cuando se enfrentan a prácticas culturales específicas. Estas narrativas hegemónicas fundamentan las políticas conservacionistas que permiten redefinir y reorganizar el espacio, favorecer procesos de terciarización y limitar usos tradicionales. En estos contextos de patrimonialización de la naturaleza, el turismo, rebautizado ahora como sostenible, se plantea como la tabla de salvación de la población; pero esta población solo es considerada formalmente en los procesos de toma de decisiones, los cuales adoptan generalmente un sistema jerárquico (*top/down*).

Mención aparte comprenden los trabajos realizados por investigadores canarios herederos de la tradición de estudios de antropología marítima que, ante el desarrollo del turismo, han ampliado su mirada a este fenómeno. Los autores analizan cómo la diversificación de la oferta turística en Canarias se enmarca en un contexto de crisis del sector pesquero tradicional y de declaración de amplias zonas marítimas como reservas (Cabrera, 2004; De la Cruz, 2004; De la Cruz, et al, 2012; Pascual, 2003). Las investigaciones revelan cómo en un espacio marítimo y litoral construido ahora como patrimonio natural se ordena y restringe la extracción de recursos y se promueven nuevos usos recreativos que, poco a poco, reemplazan a los tradicionales. Estos procesos generan profundas transformaciones que afectan a todos los niveles de la cultura de las poblaciones vinculadas a las zonas protegidas y propician diversidad de respuestas locales (rechazo, adaptación, apoyo, conflictos relacionados con el control de la gestión, exclusión, etc.).

Es precisamente la forma de adaptación de las poblaciones a las transformaciones del medio ecológico y a las políticas conservacionistas impulsadas por agentes externos el asunto tratado de forma muy sugerente por Escalera y Ruiz (2011). En las etnografías realizadas en dos comunidades de Ecuador y Costa Rica verifican que las poblaciones no son pasivas, sino que desarrollan distintas capacidades para sobreponerse, resistir o adaptarse a las crisis de los socio-ecosistemas. La diversidad empírica muestra que esta capacidad o *resiliencia* es variable: a mayor resiliencia más fortaleza para adaptarse, oponerse o reconducir los cambios, así como para conservar o transformar bajo el control local los rasgos culturales y ecológicos propios; pero un nulo grado de resiliencia conllevará la pérdida absoluta de influencia local sobre el desarrollo. Este enfoque empírico les permite plantearse una cuestión muy

alejada de antiguos debates apriorísticos propios de la teoría de la dependencia: “¿Puede el turismo ser una estrategia resiliente?”.

11. Teoría y concepto del turismo

El turismo concebido como un hecho social total, tanto de las sociedades emisoras como de aquellas que reciben turistas, ha motivado una interesante reflexión teórica que persigue crear marcos adecuados para su interpretación o establecer valoraciones críticas sobre las repercusiones de la actividad.

En el primer sentido, los antropólogos coinciden en señalar que en la actualidad se carece de un enfoque comprensivo y de metodologías que permitan integrar la diversidad empírica en marcos teóricos capaces de establecer generalizaciones (Acuña, 2004; Francesch, 2004; Hernández-Ramírez, 2006). Con el objetivo de alcanzar explicaciones o generalizaciones sobre el turismo y para superar un fenómeno que se presenta “oscuro, borroso y escurridizo”, Francesch (2004) plantea la creación de un modelo teórico que desarrolle una mayor capacidad heurística para lo que considera imprescindible la formulación de conceptos precisos y bien definidos. Se esfuerza el autor en enmarcar con precisión el fenómeno contextualizándolo históricamente en la contemporaneidad, subrayando que no todo desplazamiento es turístico, definiendo al sector como un objeto bien delimitado y no un como un difuso agregado de actividades y describiendo al turista como un viajero de ida y vuelta. Con su propuesta pretende superar la confusión que genera una indefinición de los límites del fenómeno, sin negar su complejidad. Por su parte, Ros (2010) sugiere que para el estudio del turismo como fenómeno de masas contemporáneo la tradición de la antropología social aporta marcos muy pertinentes, resaltando conceptos como los de cambio cultural, difusión y aculturación que se hacen operativos dentro de un enfoque diacrónico o etnohistórico.

En esta labor de definición del turismo como objeto de estudio, Nogués (2009) investiga la evolución del conocimiento antropológico y establece tres momentos de desarrollo de la teoría: una primera etapa crítica que aborda el estudio de los impactos; una segunda, más instrumental centrada en el desarrollo económico y social, y una tercera que analiza cómo afectan al turismo las actuales transformaciones locales y la tendencia posmoderna a la desdiferenciación. A pesar de los avances, el autor aboga por la consolidación del turismo como objeto de estudio antropológico. Este esfuerzo de teorización se aprecia en otro trabajo (Nogués, 2011) en el que sitúa al turismo como “la creación más perfecta y sofisticada del capitalismo” que actúa como “un agente globalizador de primer orden” por cuanto incide en las políticas públicas, comercializa hasta lo intangible (“esculpe los paisajes del deseo”) y produce significados sobre la alteridad. Este último aspecto es tratado de forma muy sugerente por Daniel (2003) quien inscribe al turismo dentro del fenómeno más general de la movilidad espacial que integra a las migraciones y el turismo como el anverso y reverso de la misma moneda. Para la autora estos movimientos de población generan relaciones interétnicas y son productores de sentido.

Siguiendo la tradición de autores clásicos como Boorstin (1961) o MacCannell (1976), otros antropólogos se sitúan en una posición crítica con el fenómeno, el cual es interpretado como actividad alienante. García (2000) defiende que la práctica turística es consustancial a la especie humana y puede rastrearse en los albores de la humanidad (“mono andariego”), sin embargo, las formas y contenidos del viaje han variado y se han degenerado a lo largo del tiempo. Hoy el turismo es para García una travesía reiterativa en la que sólo se aspira a ver lo anticipado por la publicidad y los medios. De modo similar, Rodríguez Regueira (2002) subraya que la práctica turística es, ante todo, una actividad consumista y que el interés por la historia y la identidad del llamado turismo cultural es una ficción que incide en los destinos, los cuales son reinventados y teatralizados al servicio de la actividad.

12. Nativos, turistas y sus relaciones

La reflexión teórica sobre el turismo se materializa en los estudios que tratan de caracterizar tanto a visitantes como a residentes, así como a las relaciones establecidas entre ellos.

El turista como sujeto polimorfo, consumidor de placer, memoria, fantasía y paraísos es analizado a través de sus motivaciones y prácticas. Calvo Varela (2009) observa cómo el turismo es un espejo de la desigualdad y cómo las actividades que realizan los distintos sectores están cargadas de connotaciones que marcan las distinciones sociales. La playa abierta como lugar compartido es el “laboratorio” donde el autor aprecia estas diferencias. Por el contrario, Anta (2013) se acerca al avión como un espacio

privilegiado para observar la realidad social y como un medio de transporte que durante un tiempo concreto iguala al heterogéneo sujeto que llamamos turista como un cuerpo disciplinado.

Otros autores se aproximan a sectores de consumidores específicos. Lacaba (2004) atiende al fenómeno del turismo gay, el cual ha adquirido en muy pocos años una espectacular visibilidad en algunos destinos. El autor destaca la conversión de la localidad catalana de Sitges en un lugar mítico del turismo gay y describe las prácticas recreativas, estéticas y de consumo de este colectivo durante el carnaval, la formación de una fiesta paralela y los conflictos por la ocupación del espacio público con la población autóctona. Rodríguez Regueira (2000) reflexiona sobre el turista que busca espectáculo en los parques temáticos al que describe como un consumidor “vivencial”, “narcicista” y juguetero que persigue la diversión en un escenario que sabe que ha sido “construido a su medida”, donde es espectador y actor desinhibido al mismo tiempo. Por su parte, Martín de la Rosa (2003) y Cornejo (2011) se detienen en el turista que se acerca al medio rural en busca de naturaleza y cultura. Cornejo lo califica como “navegante nostálgico de la aldea global” o “buscador de raíces” en un medio que ha sido mitificado y presentado como atemporal, pero advierte que el contraste entre la imagen proyectada y los lugares y personas que puede hallar puede ser considerable. Mancinelli (2009) se centra en los turistas estudiantes norteamericanos que realizan intensos periplos en viajes organizados por la Europa mediterránea para destacar el encapsulamiento de la experiencia y la formación de una especie de *unidad social en movimiento* segregada de la realidad visitada; una burbuja turística que proporciona seguridad ontológica al viajero. Esta investigación y la de Anta (2013) contienen una propuesta metodológica muy sugerente, ya que el trabajo de campo no se realiza en una unidad de observación definida sino que se adopta una perspectiva móvil y multisituada, pues el investigador se desplaza con el turista sujeto de estudio.

Las interacciones entre residentes y turistas constituyen un fértil campo de estudio. Para unos autores la etnografía del contacto turístico interétnico permite profundizar en cuestiones teóricas. Por ejemplo, Francesch (2011) analiza el concepto de autenticidad en su trabajo de campo sobre los masai mara en contextos turísticos. Otros investigadores analizan los territorios de encuentro entre nativos y visitantes. Nogués (2008) resalta la existencia de territorios hiperespecializados para el turismo en los que los usos sociales están monopolizados por esta actividad, pero también la de espacios compartidos donde se establecen negociaciones y surgen conflictos sobre los aprovechamientos, formas de apropiación y significados simbólicos. Asimismo, el autor muestra cómo los contextos turísticos no son impermeables sino dinámicos y están sujetos a una continua disputa y negociación donde entran en juego multiplicidad de actores e instituciones por lo que la variabilidad empírica de situaciones posibles es muy diversa. Por su parte, Jiménez y Prats (2006) reconstruyen la naturaleza de las relaciones entre visitantes y visitados advirtiendo la existencia de “una creciente intolerancia cultural de los autóctonos respecto a ciertos colectivos de turistas y sus hábitos” (2006: 160) en los escenarios de masificación turística. Estos turistas que despiertan el rechazo de residentes suponen además escasos beneficios económicos en la mayoría de los destinos, porque “compran paquetes cerrados en origen a bajo precio, viajan en vuelos charter, se instalan en un mismo establecimiento y realizan un escaso consumo externo” (2006: 161).

Otros trabajos se centran en las transformaciones socioeconómicas derivadas de los contactos. Unos autores señalan que estas interacciones favorecen la movilidad social de colectivos específicos. Por ejemplo la etnografía de Bayona (2013) sobre los efectos de la comercialización de productos textiles nativos a turistas en los Altos de Chiapas resalta la transformación económica que produce en las sociedades locales la mercantilización de las labores tradicionales, pero sobre todo las nuevas posiciones sociales que alcanzan las mujeres en la sociedad local gracias a estos intercambios. En el mismo sentido, Sacchetti (2009) analiza la dinámica social generada por las transacciones entre turistas y nativos en Cuba a raíz de las medidas de reestructuración económica iniciadas en 1993 que impulsaron el surgimiento de microempresas privadas. El trabajo ilustra el papel del turismo como un sector “refugio” en tiempos de crisis, así como uno de los agentes de cambio sociocultural en un contexto en el que es cada vez más difícil reproducir el sistema socialista. También subraya el carácter dinamizador de los intercambios turísticos la etnografía realizada por De Juan (2010) entre los saharahuis refugiados en Argelia. En una economía sometida a condiciones extremas es una alternativa interesante la venta de souvenir a familias españolas que visitan los campamentos (Programa de Vacaciones en Paz), así como a los antropólogos, sociólogos, cooperantes e historiadores interesados en su cultura. El caso ilustra además que el turismo alcanza hoy una dimensión planetaria y que el atractivo de los destinos puede ser de lo más variado.

En un sentido contrario, algunas investigaciones se detienen en los efectos más negativos de las relaciones turísticas. Es el caso del trabajo de Alcázar (2009 y 2010) que estudia también en Cuba el turismo asociado a la prostitución como un fenómeno que (re) produce las desigualdades de género, etnicidad, clase, nacionalidad, desde una perspectiva donde se articulan lo local y lo global. La autora

analiza esta dimensión oculta de las relaciones nativo-visitante denominada localmente como “jineterismo”, la cual consiste en el uso de la sexualidad como una estrategia de la economía informal para conseguir bienes y/o privilegios (2010: 316).¹⁴

En definitiva, el panorama que abren las investigaciones sobre tipos concretos de turistas, así como de las interacciones con los nativos es muy amplio y prometedor. Supone la superación de una visión estática que calificaba tanto a visitantes como a nativos como categorías fijas, homogéneas e inmutables por un enfoque más empírico en el que pueden hallarse multitud de motivaciones, prácticas y tipos de contactos. Precisamente, por esta naturaleza relacional del turismo y las consecuencias que genera, algunos autores proponen idear mecanismos que canalicen aquellas situaciones generadoras de conflictos y malentendidos culturales hacia resultados más enriquecedores. Por ejemplo, Daniel (2003) que asegura que el turismo produce aculturación y refuerza estereotipos negativos en ambos sentidos, por lo que plantea como alternativa el etnodesarrollo y la promoción de un diálogo intercultural en el que la antropología interviene como instrumento de acercamiento y mediación.

13. Imagen y publicidad turísticas

La imagen proyectada de los destinos turísticos por parte de los responsables políticos, del marketing turístico y de los medios de comunicación de masas constituye un tema tratado aún de forma incipiente, pero con una interesante perspectiva de futuro. Sobre esta temática la antropología puede aportar una mirada crítica y competente para estudiar el papel que desempeña la publicidad en la construcción y difusión de una determinada imagen de los escenarios turísticos como elemento de diferenciación en un mercado global muy competitivo (Díaz-Rodríguez, Santana-Talavera y Rodríguez-Darias, 2013). En este sentido, los estudios revelan que el marketing unas veces se apropia de la representación universal de los destinos, por su conocimiento y atractivo para los visitantes; otras la reelabora, edulcorando aquellos aspectos más controvertidos, pero también genera nuevas imágenes sugestivas que se incorporan añadiendo valores para ser consumidos (Hernández-Ramírez, 2013).

Las investigaciones sobre este tópico se ocupan de la defensa de propuestas metodológicas para el análisis de folletos y Web turísticas (Díaz, Rodríguez y Santana, 2010; Díaz, Santana y Rodríguez, 2013); el estudio de la evolución histórica de la imagen proyectada, mediante el análisis de contenido y semiótico de los anuncios (Hernández-Ramírez, 2013); el análisis de las administraciones en la definición de las marcas turísticas y el de las grandes operadoras en la comercialización (Jiménez y Prats, 2006) y la investigación de los procesos sociales que intervienen en la selección de elementos de los destinos para la determinación de su imagen (Palou, 2006). En su conjunto, los estudios muestran que la imagen construida y proyectada de cada destino es un compendio abreviado que incluye y excluye componentes de la realidad, lo que afecta a la mirada y la práctica turística, pero también a la auto-percepción de los residentes.

A pesar de las todavía escasas contribuciones al estudio de la representación turística de los destinos, las investigaciones realizadas hasta ahora abren nuevas vías para explorar el papel del turismo como una de las actividades más determinantes en la producción de significados sobre la alteridad y en la puesta en el mercado global de bienes intangibles simbólicos que motivan el desplazamiento de millones de personas por todo el planeta para su consumo.

14. Conclusiones

En este trabajo se ha estudiado la evolución de la Antropología del Turismo en España desde sus primeros baluceos hasta la actualidad. Tras el diagnóstico de los trabajos pioneros y sus tímidos desarrollos, se constata el crecimiento de la producción a partir del presente siglo. El análisis de contenido cuantitativo de las publicaciones realizadas por antropólogos españoles en seis revistas científicas de impacto según los índices bibliométricos permite determinar el volumen de la producción, los principales temas de investigación y las unidades de observación seleccionadas. El análisis posterior de los principales tópicos revela que son muy interesantes los resultados alcanzados hasta ahora, pero también que es necesario impulsar la investigación para alcanzar tres tipos de retos entrelazados. En primer lugar, profundizar en las temáticas abordadas; en segundo, explorar otras nuevas y, por último, generar marcos teóricos explicativos capaces de encuadrar la pluralidad empírica hallada y establecer generalizaciones.

El primer objetivo supone la necesaria consolidación de la investigación en temáticas ya iniciadas para alcanzar resultados maduros que permitan ampliar el conocimiento del fenómeno a través de la comparación, la clasificación y la jerarquización de la diversidad. En particular, y solo por poner algunos ejemplos, es preciso afianzar la investigación sobre los procesos de patrimonialización, aportando nuevas evidencias sobre las tensiones entre identidad y mercado; insistir en las interacciones entre vecinos y turistas, especialmente en las variadas respuestas de las comunidades (grados de resiliencia y redes de actores) y en las motivaciones, expectativas y prácticas de los visitantes; además sería pertinente profundizar en el conocimiento de los mecanismos y sectores que intervienen en la construcción de la imagen de los destinos, así como las alianzas, colaboraciones y conflictos que subyacen bajo estos discursos.

Pero también es necesario desarrollar etnografías rigurosas que exploren nuevos campos temáticos, tales como las modalidades de gobernanza turística, la competencia entre ciudades por atraer visitantes e inversores y su plasmación territorial (neomonumentalismo, mega-eventos, museificación, hibridación...) o las prácticas de los distintos tipos de turistas en relación con variables como la etnicidad, la clase social y el género. En definitiva, existe un enorme abanico de temas pendientes cuyo estudio favorecería el objetivo de conocimiento holístico del fenómeno turístico.

El tercer reto de la Antropología del Turismo consiste en hallar marcos teóricos explicativos. Si bien se han superado interpretaciones apriorísticas dominantes en décadas pasadas como la teoría de la dependencia, el balance realizado en este estudio revela la existencia de una cierta tendencia al particularismo. Podría decirse que es abundante la producción de etnografías particulares que presentan casos concretos. Estas investigaciones suelen ser interesantes, pero sus resultados son casi siempre poco contrastables con otros estudios, porque carecen de herramientas que permitan la comparación de la diversidad empírica. Esta limitación impide el establecimiento de generalizaciones que permitan aprehender la complejidad del fenómeno en marcos teóricos globales (Meethan, 2001).

En definitiva, queda todavía mucho camino por recorrer y hay tres retos fundamentales que abordar, pero los trabajos realizados hasta ahora hacen pensar que son muchas las aportaciones que la antropología puede ofrecer al conocimiento del turismo.

Bibliografía

- Abella, Jordi; Alcalde, Gabriel y Rojas, Antoni
2012 "De la guadaña al forfait. Análisis del uso turístico de los museos etnológicos del Alto Pirineo catalán". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 10 (5): 619-628.
- Acuña Delgado, Ángel
2004 "Aproximación conceptual al fenómeno turístico en la actualidad". *Gazeta de Antropología*, 20, artículo 17.
- Acuña, Ángel y Ranocchiarri, Darío
2012 "Pastoreo trashumante. Práctica ecológica y patrimonio cultural, un estudio de caso". *Gazeta de Antropología*, 28 (2), artículo 12.
- Aguirre Batzán, Ángel
1988 "El turismo como restauración psíquica". *Anthropologica*, 4: 15-28.
- Alcázar Campos, Ana
2009 "Turismo sexual, jineterismo, turismo de romance. Fronteras difusas en la interacción con el otro en Cuba". *Gazeta de Antropología*, 25 (1), artículo 16.
- 2010 "Jineterismo: ¿turismo sexual o uso táctico del sexo?". *Revista de Antropología Social*, nº 19: 307-336.
- Anta, José Luis
2013 "Una etnografía del avión. Cuerpos sujetos a la disciplina del consumo viajero". *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 8, nº 3: 323-344.
- Aramberri, Julio
2001 "La trampa del anfitrión. Un paradigma en la teoría del turismo". *Annals of Tourism Research en Español*, Vol. 3 (2): 259-286.
- Asensio, Raul H. y Pérez Galán, Beatriz (eds.)
2012 ¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina. Tenerife: *Colección Pasos Edita*, nº 8.
- Badillo León, Isabel
1988 "Bibliografía sobre antropología del turismo". *Anthropologica. Revista de etnopsicología y etnopsiquiatría*, 4: 135-171.

Bayona Escat, Eugenia

2013 "Textiles para turistas: tejedoras y comerciantes en Los Altos de Chiapas". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 11 (2): 371-386.

Berlanga Adell, María Jesús

2004 "Turismo y poder. Las transformaciones de una fiesta popular en Marruecos". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 2 (1): 25-45.

Boas, Franz

1887 *The central Eskimo*. Washington.

Boorstin, Daniel J.

1961 *The image: A guide to pseudo events in America*. Nueva York: Harper & Row.

Brisset, Demetrio

2009 "Investigar las fiestas". *Gazeta de Antropología*, 25 (1), artículo 13.

Britton, Stephen G.

1992 [1982] "La economía política del turismo en el tercer mundo". En Jurdao Arrones, F. *Los mitos del turismo* (pp. 301-337). Madrid: Endymion.

Cabrera, Gloria y Cabrera, Alfredo

2004 "Turismo versus pesca artesanal. A propósito de la Reserva Marina de la Isla de La Graciosa y los Islotes del Norte de Lanzarote". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 2 (1): 1-6.

Calvo Varela, Carlos

2009 "Bourdieu en la playa. Campos de fuerza y relaciones de poder sobre la arena". *Gazeta de Antropología*, 25 (2), artículo 48.

Carbonell, Eliseu

2010 "La patrimonialización de un paisaje marítimo: de la arena de la playa a la arena política". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 8 (4): 569-581.

Cardín, Alberto

1990 *Lo próximo y lo ajeno*. Barcelona: Icaria.

Ceballos, C., Arias, C., Ruiz, A. Sanz, C. y Vázquez, I.

2010 "La formación en turismo en España: pasado, presente y futuro en el nuevo espacio Europeo de educación superior". *Cuadernos de Turismo*, n° 25: 45-67.

Cohen, Erik

1972 "Toward a sociology of international tourism". *Social Research*, 39: 164-182.

Contreras, Jesús

1975 "Los indios Makà: un pueblo desintegrado convertido en museo humano para los turistas". En *Homenaje a María de los Ángeles Ferrer Sensat* (pp. 109-115). Barcelona: Instituto Infanta Isabel de Aragón.

Cornejo, Mónica

2011 "Nostalgia culturalista y modernidad tardía. Persiguiendo la cultura en Castilla la Mancha". *Gazeta de Antropología*, 27 (1), artículo 05.

Corral, José Antonio y Cànoves, Gemma

2013 "La investigación turística publicada en revistas turísticas y no turísticas: análisis bibliométricos de la producción de las universidades catalanas". *Cuadernos de Turismo*, n° 31: 55-81.

Crick, M.

1989 "Representaciones del turismo internacional en las Ciencias Sociales: sol, sexo, paisajes y servilismos". En Jurdao Arrones, F. (comp.) *Los mitos del turismo* (pp. 339-403). Madrid: Endymion.

Daniel Villa, Aurora

2003 "¿Cómo considerar la antropología una herramienta mediadora entre culturas?". *Gazeta de Antropología*, 19, artículo 03.

De Juan Canales, David

2010 "Emergencia civil y economía del refugio en los campamentos de refugiados saharahuis de Argelia". *Gazeta de Antropología*, 26 (1), artículo 19.

De la Cruz Modino, Raquel

2004 "Patrimonio natural y reservas marinas". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 2 (2): 179-192.

De la Cruz Modino, Raquel; Verdell, Begoña y Pascual, José J.

2012 "¿Un mar de oportunidades? Innovaciones turístico-pesqueras en espacios marinos protegidos". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 10 (1): 19-30.

Derrida, Jacques

2006 La Hospitalidad. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.

Díaz Iglesias, Sebastián

2004 "Jarramplas. Tiempo de fiesta en Piornal. La construcción de identidades colectivas en torno al ritual". *Gazeta de Antropología*, 20, artículo 14.

Díaz Rodríguez, Pablo; Rodríguez Darías, Alberto J. y Santana, Agustín

2010 "El análisis de la imagen proyectada: una propuesta para la normalización de folletos y web turísticas". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 8 (1): 211-218.

Díaz-Rodríguez, Pablo; Santana-Talavera, Agustín y Rodríguez-Darías, Alberto Jonay

2013 "Destination image, image at destination. Methodological aspects". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 11 (3): 83-95.

Elías, Luis Vicente y Contreras, Margarita

2013 El paisaje del viñedo en las Islas Canarias. Tenerife: *Colección Pasos edita*, nº 11.

Escalera, Javier, Cáceres, Rafael y Díaz, Antonio L.

2013 "Las apariencias engañan". Conservación, sociedad local y relaciones de poder: El caso de Caño Negro (Costa Rica). *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 8, nº 3: 369-394.

Escalera, Javier y Ruiz Ballesteros, Esteban

2011 "Resiliencia Socioecológica: aportaciones y retos desde la Antropología". *Revista de Antropología Social*, nº 20: 109-135.

Espeitx, Elena

2004 "Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 2 (2): 193-213.

Espinar, Antonio Luis y López Osorio, José Manuel

2000 "Transformaciones recientes en la arquitectura, el urbanismo y el paisaje en la comarca de la Alpujarra". *Gazeta de Antropología*, 16, artículo 23.

Fernández de Paz, Esther

2006 "De tesoro ilustrado a recurso turístico: el cambiante significado del patrimonio cultural". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 4 (1): 1-12.

Fernández Juárez, Gerardo

2013 "El "Tío" está sordo: Los mineros bolivianos y el Patrimonio Cultural Inmaterial". *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 8, nº 3: 303-322.

Francesch, Alfredo

2004 "Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta". *Gazeta de Antropología*, 20, artículo 29.

2011 "Una tarde con los auténticos maasai mara. Turismo, autenticidad y de cómo eludir un pozo sin fondo". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 9 (2): 237-248.

Frigolé, Joan

1980 "El problema de la delimitació d l'objecte d'investigació i anàlisi en antropologia. Critiqua d'alguns models emprats per a l'estudi de la Península Ibèrica" *Quaderns de l'ICA*, 2:163-182.

2012 "Cosmologías, patrimonialización y eco-símbolos en el Pirineo catalán en un contexto global". *Revista de Antropología Social*, nº 21: 173-196.

Galán, J. J., Martín, A., Ruiz, J. y Mandly, Antonio

1977 Costa del Sol. Retrato de unos colonizados. Madrid: Campo Abierto Ediciones.

Galván, José Alberto, González, Nicolás, Moore, Kenneth y Hernández, Ramón

2004 Sol de invierno. Homenaje de Arona al Turismo Sueco. Tenerife: Llanoazur ediciones.

García, Francisco F.

2000 "El turismo forzoso. Las cárceles de la libertad". *Gazeta de Antropología*, 16, artículo 1.

García García, José Luis

2013 "La utilización, reutilización y patrimonialización de la cultura en los procesos de intervención social". *Revista de Antropología Social*, nº 22: 155-175.

Gascón, Jordi

2013 "The limitations of community-based tourism as an instrument of development cooperation: the value of the Social Vocation of the Territory concept". *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 21, No. 5: 716-731.

Gascón, Jordi, Morales, Soledad y Tresserras, Jordi (Ed).

2013 Cooperación en turismo. Nuevos desafíos, nuevos debates. Barcelona: Foro Turismo Responsable.

- Gascón, Jordi y Ojeda Diana
2014 Turistas y campesinado. El turismo como vector de cambio de las economías campesinas en la era de la globalización. Tenerife: *Colección Pasos edita*, n° 12.
- Glick, Thomas F.
2004 “El último difusionista”. *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Vol. VIII, núm. 170 (78).
- Gómez Ferri, Javier
2004 “Del patrimonio a la identidad. La sociedad civil como activadora patrimonial en la ciudad de Valencia”. *Gazeta de Antropología*, 20, artículo 09.
- Gómez Pellón, Eloy
2012 “Ruralidad y discurso: del caso español al de Cantabria”. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 7, n° 3: 295-326.
- Greenwood, David J.
1972 “Tourism as an agent of change: a Spanish Basque case”. *Ethnology*, XI (1): 80-91.
1976 “Una perspectiva antropológica acerca del turismo: cambios sociales y culturales en Fuenterrabía”. En VV.AA *Expresiones actuales de la cultura del pueblo* (pp. 199-230). Madrid: Centro de Estudios Sociales del Valle de los Caídos.
1992 [1977] “La cultura al peso: perspectiva antropológica del turismo en tanto proceso de mercantilización cultural”. Smith, Valene L. (ed.) *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo* (pp. 257-279). Madrid: Endymion.
- Hernández Armas, R.
2003 “Antropologia i turisme: guia bibliogràfica i de recursos en línia per a un enfocament antropològic del turisme”. *Revista d’etnologia de Catalunya*. Núm. 22: 168-174
- Hernández-Ramírez, Javier
2006 “Producción de singularidades y mercado global. El estudio antropológico del turismo”. *Boletín Antropológico*, Vol. 66, pp. 21-50.
2010 “Riesgo y ventura de una actividad tradicional. Ritualización y turismo en la saca de las yeguas de Doñana”. *Gazeta de Antropología*, 26 (2), artículo 36.
2011 “Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales”. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*. Vol. 9 (2): 225-236.
2013 “La tierra prometida. Representaciones de Andalucía a través de la promoción turística”. *Gazeta de Antropología*, 29 (1), artículo 05.
- Hernández, Macarena y Ruiz Ballesteros, Esteban
2011 “Etnogénesis como práctica. Arqueología y turismo en el pueblo manta (Ecuador)”. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 6, n° 2: 9-32.
- Herrero, Nieves
2009 “La atracción turística de un espacio mítico: peregrinación al cabo Finisterre”. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 7 (2): 163-178.
2011 “La posmodernización de la tradición. Nuevos retos para la gestión del patrimonio”, *Revista de Antropología Social*, n° 20: 293-307.
- Jiménez, Sole y Prats, Llorenç
2006 “El turismo en Cataluña: evolución histórica y retos de futuro”. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 4 (2): 153-174.
- Jiménez de Madariaga, Celeste
2011 “Rituales festivos y confrontación social. Cruces de mayo de la provincia de Huelva”. *Gazeta de Antropología*, 27 (2), artículo 31.
- Jurdao, Francisco
1979 España en venta. Compra de suelo por extranjeros y colonización de campesinos en la Costa del Sol. Madrid: Ayuso (2ª edición revisada y ampliada: 1991, Madrid: Endymion).
- Lacaba, José Juan
2004 “Sitges (Cataluña) y el carnaval gay: el turismo y sus nuevos peregrinajes”. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 2 (1): 111-124.
- Lacroix, J. Roux, B. y Zoido, F.
1983 “La costa de la Luz de Cádiz. El caso de Chipiona”. En Bernal, A. M. et al *Turismo y desarrollo regional en Andalucía* (pp. 245-315). Sevilla: Instituto de Desarrollo Regional.

- Lagunas, David
2010 "El poder del dinero y el poder del sexo. Antropología del turismo sexual". *Perfiles Latinoamericanos*, 36: 71-98.
- López Moreno, Ignacio y Aguilar, Encarnación
2013 "La nueva economía rural europea. Especialización territorial de calidad en la isla de Texel y la Sierra de Cádiz". *Gazeta de Antropología*, 29 (2), artículo 04.
- López Santillán, Ángeles y Marín Guardado, Gustavo
2010 "Turismo, capitalismo y producción de lo exótico. Una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura". *Relaciones*, Vol. XXXI, No. 123: 219-258.
- MacCannell, Dean
1976 *The tourist: a new theory of the leisure class*. London: Macmillan
- Majó, Joaquim (Coord.)
2004 Título de Grado en Turismo. Madrid: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.
- Mancinelli, Fabiola
2009 "More pins on the map. Las prácticas y los discursos de los turistas americanos de viaje por la Europa mediterránea". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 7 (1): 13-27.
- Marcos Arévalo, Javier
2009 "Los carnavales como bienes intangibles. Espacio y tiempo para el ritual". *Gazeta de Antropología*, 25 (2), artículo 49.
2010 "El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales". *Gazeta de Antropología*, 26 (1), artículo 19.
- Martín de la Rosa, Beatriz
2003 "Turismo y gestión cultural en las Islas Canarias: apuntes para una reflexión". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 1 (1): 105-110.
2003 "Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: el patrimonio cultural". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol.1 (2): 155-160.
2009 Turismo en ecosistemas insulares. Antropología en el paraíso. Tenerife: *PASOS edita*, nº 3.
- Medina, F. Xavier y Sánchez, Ricardo
2005 "Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 3 (1): 97-107.
- Medina, Javier y Tresserras, Jordi
2008 "Turismo enológico y rutas del vino en Cataluña". Análisis de casos: D.O. Penedès, D.O. Priorat y D.O. Montsant". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 6 (3): 493-509.
- Meethan, Kevin
2001 *Tourism in Global Society. Place, culture, consumption*. New York: Palgrave.
- Merinero Rodríguez, Rafael
2009 "Las redes de actores como elementos claves del desarrollo local. Aportaciones desde la sociología y antropología del desarrollo". *Gazeta de Antropología*, 25 (2), artículo 34.
- Merinero, Rafael y Zamora, Elías
2009 "La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 7 (2): 219-238.
- Miquel Novajra, Alejandro
1989 "El canvi sorgit arran de l'aparició del turisme. Problems d'identitat a Mallorca". *El Mirall. Revista de l'Obra Cultural balear*.
- Moore, Kenneth
1978 [1970] "Modernización en una aldea de las Islas Canarias". En Douglass, William A. y Aceves, Joseph B. *Los aspectos cambiantes de la España rural* (pp. 117-136). Barcelona: Barral.
- Moreno, Sergio y Picazo, Patricia
2012 "Difusión de la investigación científica en revistas de turismo realizada por instituciones españolas". *Revista de Análisis Turístico*, nº 14: 33-52.
- Nash, Denisson
1992 [1977] "El turismo considerado como una forma [de imperialismo]". En Smith, Valene L. (ed.) *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo* (pp. 69-91). Madrid: Endymion.
- 1981 "Tourism as an anthropological subject". *Current Anthropology*, 22 (5): 461-481
- Nieto Piñero, José Antonio
1975 "Turismo: ¿Democracia o imperialismo?". *Revista de estudios sociales*.

- 1977 "Implicaciones socioeconómicas, ecológicas y culturales del turismo. Su impacto en una pequeña comunidad". *Cuadernos de realidades sociales*, pp. 67-80.
- 1977 "Turistas y nativos: el caso de Formentera". *Revista española de la opinión pública*, 47: 147-165.
- Nogués Pedregal, Antonio Miguel
- 2006 "Ruralismo y tecnotropismo: turismo y desarrollo en la Bonaigua". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 4 (1): 53-68.
- 2008 "Poder político y urbanismo en entornos turísticos. La mediación del espacio turístico en la producción de significados". *Gazeta de Antropología*, 24 (2), artículo 26.
- 2009 "Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 7 (1): 43-56.
- 2012 "El Cronotopo del Turismo: Espacios y Ritmos". *Revista de Antropología Social*, nº 21: 147-171.
- Núñez, Theron
- 1963 "Tourism, tradition, and acculturation: Weekendismo in a Mexican village" *Ethnology* 2 (3): 347-52.
- Oliver-Smith, A, Jurdao, F y Lisón Acal, J.
- 1989 "Tourist development and the struggle for local resource control". *Human Organization*, 48 (4): 345-352.
- Palau Rubio, Saida
- 2006 "La ciudad fingida. Representaciones y memorias de la Barcelona turística". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 4 (1): 13-28.
- Pascual, José J.
- 2003 "Del "mar es de todos" al mar reservado: turistas, poblaciones de pescadores y reservas marinas en Canarias". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 1 (3): 65-78.
- Pastor, María José
- 2003 "Turismo, cultura y medio ambiente". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 1 (2): 145-153.
- 2012 "Turismo y cambio en el entorno de los lacandones. Chiapas, México". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 10 (1): 99-107.
- Pereiro, Xerardo
- 2009 Turismo cultural. Una visao antropológica. Tenerife: Colección Pasos edita, nº 2.
- 2013 "Los efectos del turismo en las culturas indígenas de América Latina". *Revista Española de Antropología Americana*, Vol. 43, No. 1: 155-174.
- Pereiro, Xerardo y Pedro Conde, Santiago
- 2005 "Turismo e oferta gastronómica na comarca de Ulloa (Galiza). Análise de una experiéncia de desenvolvemento local". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 3 (1): 109-123.
- Pi-Sunyer, Oriol
- 1973 "Tourism and its discontents: the impact of a new industry on a Catalan community". *Studies in European Society* 1: 1-20
- 1977 "Cómo vemos a los turistas". En Flores, J. (ed.) Curso de la antropología del turismo (pp. 21-36). Cuzco: Universidad Nacional de Cuzco. (Reeditado en Torres, V., Araujo y Edward Pierre, 2013, *Antropología del turismo*. La industria sin chimeneas. Cuzco. Perú).
- 1992 [1977] "Percepciones cambiantes del turismo y de los turistas en un centro turístico catalán". En Smith, Valene L. (ed.) Anfitriones e invitados. *Antropología del turismo* (pp. 281-300). Madrid: Endymion.
- 1979 "The politics of tourism in Catalonia". *Mediterranean Studies* 1 (2): 47-69.
- 1981 "Tourism and Anthropology". *Annals of Tourism Research*, 8 (2): 271-284.
- 1982 "The cultural cost of tourism". *Cultural Survival Quarterly* 6 (3): 7-10.
- 1996 "Tourism in Catalonia". En Barke, M y Newton, M. T. (eds.) *Tourism in Spain: Critical Issues* (pp. 231-264). Oxford: CAB International.
- Pitt-Rivers, Julian
- 1954 The people of the Sierra. Chicago: University of Chicago Press.
- 1968 "The Stranger, the Guest and the Hostile Host: Introduction to the Study of the Laws of Hospitality". En Peristany, J. G. (Ed.) *Contributions to Mediterranean Sociology* (pp. 13-30). Paris and the Hague: Mouton.
- Prat, Joan
- 1991 "Reflexiones sobre los nuevos objetos de estudio en la antropología social española". Cátedra, María (ed.) Los españoles vistos por los antropólogos (pp. 45-68). Barcelona: Júcar.

Prat, Joan (coord.)

1999 "Investigadores e investigados: Literatura antropológica en España desde 1954". *Arxiu d'Etnografia de Catalunya*, n° 4-5.

Prats, Llorenç

2003 "Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 1 (2): 127-136.

2011 "La viabilidad turística del patrimonio". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 9 (2): 249-264.

Prats, Llorenç y Santana, Agustín (Coords.)

2011 Turismo y patrimonio, entramados narrativos. *Tenerife: Colección Pasos Edita*, n° 5.

Rementería, Daniel

2010 "Sucesiones, herencias y perspectivas sobre el territorio en el ámbito rural de Urdaibai". *Gazeta de Antropología*, 26 (1), artículo 15.

Rodríguez Darias, Alberto Jonay

2007 "Desarrollo, gestión de áreas protegidas y población local. El Parque Rural de Anaga (Tenerife, España)". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 4 (2): 17-29.

Rodríguez Regueira, José Luis

2000 "Narcisismo y muerte de la alteridad. Universals Port Aventura como escenario de juego y seducción". *Gazeta de Antropología*, 16, artículo 15

2002 "Cultura y turismo en las sociedades posindustriales". *Gazeta de Antropología*, 18, artículo 09.

Roigé Ventura, Xavier y Arrieta Urtizberea, Iñaki

2010 "Construcción de identidades en los museos de Cataluña y País Vasco: entre lo local, nacional y global". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 8 (4): 539-553.

Roseman, Sharon R., Prado, Santiago y Pereiro, Xerardo

2013 "Antropología y nuevas ruralidades". *Gazeta de Antropología*, 29 (2), artículo 03.

Ros, Fernando A.

2010 "Tristes tópicos sobre el turista inocente". *Gazeta de Antropología*, 26 (1), artículo 07.

Ruiz Ballesteros, Esteban; Hernández, Macarena; Coca, Agustín; Cantero, Pedro y Del Campo, Alberto
2008 "Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad".

Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, Vol. 6 (3): 399-418.

Ruiz-Mallén, Isabel, Domínguez, Pablo, Calvet-Mir, Laura, Orta-Martínez, Martí y Reyes-García, Victoria

2012 "Investigación aplicada en etnoecología: experiencias de campo". *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 7, n° 1: 9-32.

Sacchetti, Elena

2009 "Para vivir, hay que seguir inventando, mi hermano. La experiencia de la microempresa en Cuba". *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 4, n° 2: 173-203.

Salas Quintanal, Hernán y González de la Fuente, Iñigo

2013 "Nueva ruralidad. Procesos sociolaborales y desagravación de una sociedad local en México (1980-2010)". *Gazeta de Antropología*, 29 (2), artículo 03.

Salazar, Noel B.

2006 "Antropología del turismo en países en desarrollo. Análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo" *Tabula Rasa, Revista de Humanidades*. N° 5: 99-128.

Santamarina, Beatriz

2008 "Antropología y medio ambiente. Revisión de una tradición y nuevas perspectivas de análisis en la problemática ecológica". *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 3 n° 2: 144-184.

2008 "Moros y cristianos. De la batalla festiva a la discursiva". *Gazeta de Antropología*, 24 (1), artículo 16.

2013 "Los mapas geopolíticos de la UNESCO: entre la distinción y la diferencia están las asimetrías. El éxito (exótico) del patrimonio inmaterial" *Revista de Antropología Social*, n° 22: 263-286.

Santamarina, Beatriz y Boda Ramiro, Julio

2013 "Lugares rurales versus espacios naturalizados. Conocimientos y reconocimientos en las lógicas patrimoniales de las áreas protegidas". *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 8, n° 1: 111-138.

Santana Talavera, Agustín

1997 *Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.

2003 "Patrimonios culturales y turistas: unos leen lo que otros miran". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 1 (3): 1-12.

- Santana Agustín y Estévez, Fernando
1996 "Antropología del Turismo". En Prat, J. y Martínez, A. (Eds) *Ensayos de antropología cultural: Homenaje a Claudio Esteva-Fabregat* (pp. 286-293). Barcelona: Ariel.
- Santana, Agustín y Hernández Armas, Ramón
1994 "Breve reseña bibliográfica para el estudio del turismo desde las ciencias sociales". *Guize*, n° 1: 107-120.
- Santana, Agustín, Rodríguez Darias, Alberto y Díaz Rodríguez, Pablo (Coords.)
2012 Responsabilidad y turismo. *Tenerife: Colección Pasos edita*, n° 10
- Sanz Abad, Jesús
2011 "Panorámica general de los grupos de investigación en Antropología Social en el Estado español". *Revista de Antropología Social*, n° 20: 9-29.
- Serrán Pagán, Ginés
1980 "La fábula de Alcalá y la realidad histórica en Grazalema. Replanteamiento del primer estudio de Antropología Social en España". *Revista española de investigaciones sociológicas*, N° 9: 81-115.
- Smith, Valene L. (ed.)
1992 [1977] Anfitriones e invitados. *Antropología del turismo*. Madrid: Endymion.
- Soronellas, Montserrat, Bodoque, Yolanda y Torrens, Ramona
2013 "Las mujeres extranjeras en las nuevas ruralidades". *Gazeta de Antropología*, 29 (2), artículo 07.
- Tucker, Hazle
2001 "Turistas y Trogloditas". Negociando la sostenibilidad". *Annals of Tourism Research en Español* 3 (2): 313-339.
- Turner, Louis y Ash, John
1991 [1975] La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer. Madrid: Endymion.
- Valcuende del Río, José María y De la Cruz Quispe, Liz
2009 "Turismo, poblaciones locales y organizaciones no gubernamentales: un análisis de caso en Madre de Dios (Perú)". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 7 (2): 179-196.
- Valcuende, José María; Quintero, Victoria y Cortés, José A.
2011 "Naturalezas discursivas en espacios protegidos". *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 6, n° 1: 27-56.
- Valcuende del Río, José María (Coord.)
2012 Amazonía. Viajeros, turistas y poblaciones indígenas. *Tenerife: Colección Pasos Edita*, n° 6
- Zamora Acosta, Elías
2011 "Sobre patrimonio y desarrollo. Aproximación al concepto de patrimonio cultural y su utilización en procesos de desarrollo territorial". *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 9 (1): 101-113.
- Zarkia, C.
2011 [1996] "Philoxenia: recibiendo a turistas -no a huéspedes- en una isla griega". En Boissevain, J. (ed.) *Lidiar con turistas. Reacciones europeas al turismo de masas* (pp. 187-222). Barcelona: Bellaterra.

Tesis doctorales

- Alcázar Campos, Ana
2010 La Cuba de verdad. Construcción de alteridades y turismo en la contemporaneidad. Universidad de Granada.
- Córdoba Azcárate, Matilde
2007 Discursos y prácticas del desarrollo a través del turismo rural y el ecoturismo. Una alternativa al paradigma de postdesarrollo desde los casos de Taramundi (Asturias) y Celestún (Yucatán). Universidad Complutense de Madrid.
- Francesch Díaz, Alfredo
2007 Tiempo de viaje, tiempo de trabajo. Antropología del turista. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Gascón Gutiérrez, Jordi
1999 Gringos como en sueños. Diferenciación y conflicto campesino en el sur andino peruano ante el desarrollo de un nuevo recurso: el turismo. Isla de Amantan, lago Titicaca. Universidad de Barcelona.
- Jurdao Arrones, Francisco
1978 Turismo residencial y colonización. Universidad del País Vasco.

Mandly Robles, Antonio

1983 Estudio antropológico social sobre aspectos relacionados con el turismo en la provincia de Málaga. Universidad Complutense de Madrid.

Moreno Viudes, Amparo

2001 Tener en Torrevieja. Turismo residencial de vascos en un municipio al sur de Alicante. Universidad del País Vasco.

Nieto Piñeroba, José Antonio

1976 Tourism: its penetration and development on a Spanish island. New School for Social Research. Nueva York.

Nogués Pedregal, Antonio Miguel

1995 Estudio socio-antropológico sobre aspectos relacionados con el turismo en Zahara de los Atunes. La configuración de la realidad: anfitriones, huéspedes y antropólogo. Universidad de Sevilla.

Palou Rubio, Saida

2011 Barcelona, destino turístico. Promoción pública, turismo, imagen y ciudad (1888-2010). Universidad de Barcelona.

Pereiro Pérez, Xerardo

2014 Antropología del turismo indígena en Guna Yala (Panamá). Etnografía del sistema turístico en una periferia geopolítica latinoamericana. Universidad de La Laguna.

Pinto da Silva Santos, Roque

2010 Patrones actitudinales de los gestores del turismo en Ilhéus (Brasil). Universidad de La Laguna.

Ramírez Puerto, Andrés

2014 Valores emergentes en una economía alternativa turística desde la identidad de género y étnica. Universidad Miguel Hernández de Elche.

Rodes García, Joaquín

2009 Europeos entre la migración y el turismo. Patrones de movilidad y registro de los ciudadanos comunitarios mayores en la Región de Murcia. Universidad de Murcia.

Rodríguez Darias, Alberto Jonay

2011 Turismo y áreas protegidas. El caso de los parques rurales del Teno (Tenerife) y Betancuria (Fuerteventura). Universidad de La Laguna.

Santana Talavera, Agustín

1991 Desarrollo turístico e impactos medioambientales sobre dos poblaciones pesqueras insulares (Arguineguin y playa de Mogan, Gran Canaria). Universidad de La Laguna.

Urquijo Arregui, Miren Begoña

2011 Escenificaciones de cultura económica y género en el espacio agroturístico vasco. El caso de Tolosaldea (Gipuzkoa). Universidad del País Vasco.

Notes

- ¹ Este artículo ha sido realizado en el marco del Proyecto de Investigación de Excelencia: "La Gestión Pública del Patrimonio Etnológico" (HUM-7377), financiado por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía.
- ² Deseo expresar mi agradecimiento a Ana Surian Ruiz, bibliotecaria de la Facultad de Turismo de la Universidad de Sevilla que asesoró en la selección de las revistas estudiadas; a Alejandro Hernández Ramírez, periodista que apoyó en las labores de documentación y a Sandra Poblet López, antropóloga que colaboró en el diseño y discutió los contenidos del trabajo.
- ³ El tema fue analizado tempranamente por el propio Franz Boas (1887) y más recientemente por autores contemporáneos como Jacques Derrida, (2006) y en el plano turístico por Aramberri (2001), Tucker (2001) y Zarkia (2011).
- ⁴ Hijo del político catalán Carles Pi i Sunyer exiliado tras la guerra civil, Oriol Pi i Sunyer se formó en la Universidad de Londres y en la Escuela Nacional de Antropología e Historia (ENAH) de México D.F. Doctor en ciencias sociales por la Universidad de Harvard desarrolla su actividad en Amherst (Massachusetts) donde tomó contacto con la primera generación norteamericana de antropólogos del turismo, participando en la reputada obra publicada en 1977 y coordinada por Valene Smith bajo el título *Anfitriones e Invitados. Antropología del Turismo*.
- ⁵ El historiador Thomas Glick, que colaboró con Pi i Sunyer en 1968, subraya la influencia de Kroeber y del difusionismo en la obra de este antropólogo catalán: "Pi-Sunyer insistía en que las culturas eran,

y habían de ser, entidades siempre en flujo, sujetas a cambios sociales desde adentro y bombardeadas desde el exterior por elementos procedentes de culturas ajenas que se asimilaban según criterios de selectividad que era preciso identificar” (2004). Obviamente, este enfoque dinámico contribuyó a modelar una particular mirada sobre el fenómeno turístico en sus posteriores estudios.

- ⁶ Otro trabajo pionero sobre el turismo en España, pero de menor trascendencia fue el realizado en 1970 en las Islas Canarias por el antropólogo norteamericano Kenneth Moore. Esta obra ha sido analizada, revisada y completada en 2004 por Galván, el propio Moore y otros autores.
- ⁷ Acompaña al texto un conjunto de viñetas dibujadas por el humorista gráfico Martínmorales que expresan con agudeza y lucidez extraordinarias el enfoque crítico de la teoría de la dependencia.
- ⁸ Este autor defendió en 1976 la que probablemente fue la primera tesis doctoral de Antropología del Turismo realizada por un español con el trabajo titulado: *Tourism: its penetration and development on a Spanish island*. New School for Social Research. Nueva York.
- ⁹ La primera regulación legal de la formación profesional turística se desarrolla en España en 1963 (Decreto de 7 de septiembre de 1963) creándose la titulación de Técnico de Empresas Turísticas (TET), reformada en 1980 con la creación del Plan de Estudios de Técnico en Empresas y Actividades Turísticas (TEAT), equivalente a un Diplomado universitario (Real Decreto 865/80). Esta titulación era impartida por la Escuela Oficial de Turismo (EOT) con sede en Madrid, que contaba con una red de centros adscritos repartida por todo el Estado. A partir de 1989, con la descentralización autonómica, se fundaron por todo el territorio nacional Escuelas Oficiales de Turismo dependientes de las distintas Comunidades Autónomas. En poco tiempo el número de centros se multiplicó pasando de los 37 existentes en 1989 a más de setenta en 1997, que sumaron la cifra nada despreciable de 22.405 alumnos matriculados en el curso 1996/97 (Majó, 2004). En 1996 se produjo la inclusión definitiva de los estudios superiores de turismo al ámbito universitario creándose la titulación de Diplomado en Turismo (Real Decreto 259/1996). En la actualidad (Ley Orgánica 4/2007) se ha consolidado plenamente este proceso gracias al establecimiento de tres ciclos en la enseñanza universitaria en Turismo: Grado, Máster y Doctorado (Ceballos, et al, 2010).
- ¹⁰ Último año en que se actualizó el producto por el grupo de investigación: “Evaluación de la Ciencia y de la Comunicación Científica (EC³)”.
- ¹¹ Es interesante señalar que en la actualidad ninguna revista en español especializada en Turismo figura en el JCR ni en SJR.
- ¹² La antigüedad de las revistas seleccionadas es variable: *Annals of Tourism Research* se publica desde 1973 mientras que *Journal of Sustainable Tourism* desde 1993. De las escritas en español, *Gazeta de Antropología* es la más veterana, pues comienza su andadura en 1982; le sigue la *Revista de Antropología Social*, que publica desde 1991; AIBR a partir de 2000; siendo la más joven Pasos, que lo hace desde 2003.
- ¹³ En el JCR la revista AIBR ocupa el puesto 75 de 83 publicaciones con un factor de impacto de 0.111 que la sitúa en la categoría cuartil Q4. AIBR se inicia en septiembre de 2000. Sin embargo, en la presente investigación sólo se ha contabilizado y analizado la producción de la nueva etapa que se inicia en enero de 2006 y continúa hasta la actualidad, ya que a partir de esta fase la revista adquiere un estilo más académico, difundiendo artículos antropológicos y reseñas de investigaciones.
- ¹⁴ Este asunto es bastante marginal en la antropología del turismo española. Por su interés destaca también el estudio de Lagunas (2010).

Recibido: 28/07/2014
Reenviado: 10/11/2014
Aceptado: 03/12/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos



¿El turismo es cosa de pobres?

Patrimonio cultural, pueblos indígenas
y nuevas formas de turismo en
América Latina

Raúl H. Asensio
Beatriz Pérez Galán
(Eds.)

PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, nº8

IEP Instituto de Estudios Peruanos

Serie TURISMO, nº4

Antropologia e turismo: dos trilhos, atores e espaços à genealogia da turistificação da Antropologia em Portugal

Xerardo Pereiro*

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

Filipa Fernandes**

Universidade de Lisboa (Portugal)

Resumo: o presente artigo aborda as convergências, sinergias e as divergências entre a antropologia e o turismo no espaço português. Tem por objetivo analisar a turistificação da antropologia (as adaptações metodológicas e epistemológicas ao objeto de estudo por parte da disciplina) em Portugal e uma certa antropologização do turismo. Enquadrado na história da antropologia portuguesa, o artigo parte da análise da obra dos antropólogos que construíram uma certa genealogia da antropologia do turismo em Portugal: nascimento, desenvolvimento, presente e rumos atuais que apontam a um futuro com maior atenção à atividade turística. As conclusões apontam para uma normalização da antropologia do turismo no contexto académico português e também para uma antropologização maior do campo dos estudos turísticos nos níveis do ensino e a investigação.

Palavras-chave: Antropologia, Turismo, turistificação, Portugal

Anthropology and tourism: the Rails, actors and spaces on the genealogy of turistificação of anthropology in Portugal

Abstract: this article discusses the similarities, differences and synergies between anthropology and tourism in Portuguese space. The aim is to analyze the touristification of anthropology in Portugal (the methodological and epistemological to the object of study by the discipline adaptations), and a certain anthropologization of tourism. Framed in the history of Portuguese anthropology, the paper starts with the analysis of the work of anthropologists who built a certain genealogy of anthropology of tourism in Portugal: birth, development, present and current directions pointing to a future with more attention to tourism. The findings point to a normalization of the anthropology of tourism in Portuguese academic context and also to greater anthropologization of the field of tourism studies in the levels of teaching and research.

Keywords: Anthropology, Tourism, Touristification, Portugal

1. Introdução

O turismo é um campo multidisciplinar, no qual a antropologia faz a diferença pelas epistemologias, teorias, métodos e técnicas em uso. A antropologia é uma das disciplinas das ciências sociais mais críticas

* Doutor em antropologia pela Universidade de Santiago de Compostela e doutor em turismo pela Universidade de La Laguna, professor auxiliar com agregação na UTAD e investigador efetivo do CETRAD (Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento). E-mail: xperez@utad.pt

** Doutora em Turismo pela Universidade de Évora. Professora Auxiliar no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas – Universidade de Lisboa. Investigadora do CAPP (Centro de Administração e Políticas Públicas. E-mail: ffernandes@iscsp.ulisboa.pt, filipafernandes1@gmail.com

PT: “Este trabalho é financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito do projeto UID/SOC/04011/2013”.

EN: “This work is supported by national funds provided by the FCT - the Portuguese Foundation for Science and Technology, through its project UID/SOC/04011/2013”.

com o turismo e das mais inovadoras na investigação turística (Pinto e Pereiro, 2010). Pretende-se, neste texto, analisar as convergências, as sinergias e as divergências entre antropologia e turismo, evidenciando os papéis e os trabalhos dos antropólogos do turismo portugueses e dos antropólogos não portugueses que investigaram em ou sobre Portugal. Se antes se verificava uma relação distante e desconfiada entre antropologia e turismo, hoje em dia, os antropólogos participam cada vez mais numa antropologia do turismo enquanto o mesmo objeto de estudo impregna, em termos gerais, a própria disciplina antropológica.

Tal é assim, que é estranho encontrar um território não afetado, duma ou doutra forma pelo sistema turístico, ou os múltiplos problemas abordados interferidos por variáveis que implicam o consumo e o movimento ocioso das pessoas. Se a antropologia começou por ser crítica com o turismo, hoje encontra-se implicada e aplicada em minorar os efeitos indesejados provocados pelos desenvolvimentos e pela implantação de produtos turísticos, existindo já uma inserção da antropologia do turismo na mercadologia turística (análise e intervenção nos mercados turísticos). Desta forma, o turismo inspira e desafia a antropologia, do mesmo modo que turistifica os seus objetos.

O objetivo deste texto é analisar, do ponto de vista teórico, a turistificação da antropologia (as adaptações metodológicas e epistemológicas ao objeto de estudo por parte da disciplina) em Portugal. A metodologia adotada para a construção deste texto foi a análise de conteúdo das obras de: a) os antropólogos, portugueses ou não, que trabalharam sobre turismo em Portugal; b) os antropólogos portugueses que trabalharam sobre turismo noutros lugares fora de Portugal. Será também dada atenção à biografia intelectual, as linhas teóricas, métodos, técnicas e práticas profissionais destes antropólogos, com o intuito de construir uma certa “genealogia”.

O presente artigo divide-se em quatro partes. A primeira parte apresentará uma sumária contextualização histórica da antropologia portuguesa. Na segunda parte expõem-se os autores e os objetos da gênese da antropologia do turismo em Portugal. Os autores e as linhas orientadoras da ‘normalização’ do turismo como objeto antropológico em Portugal constituem a matéria da terceira parte deste artigo. Na quarta e última parte apresentam-se os rumos da antropologia do turismo em contexto nacional.

2. Breve contextualização histórica da antropologia portuguesa

De acordo com João Pina Cabral (1986: 12; 1991: 15-36), a antropologia portuguesa divide-se em cinco fases: 1) a fase de interesse pelos costumes populares; 2) a época dos românticos; 3) a “belle époque”; 4) a época do pós-guerra; 5) o pós-25 de abril de 1974. A primeira fase coincide com a subida ao poder da burguesia, na primeira metade do século XIX, e o estudo dos “costumes populares” foi considerado uma questão de interesse fundamental para a construção da nação portuguesa. O discurso político científico dominante associava a “cultura popular” com autenticidade, tipicidade, primitividade, longa existência e povo, quem representaria a identidade nacional, sendo a cultura burguesa a da não autenticidade. Esta ideia da etnografia ao serviço da construção de uma identidade nacional perduraria até à primeira metade do século XX (cf. Llaneza Fandón, 1999; Sobral, 2012) e representaria uma antropologia autocentrada em palavras de João Leal (2000: 16).

Numa segunda fase, iniciada em 1820, autores românticos como Almeida Garret ou Alexandre Herculano, fascinados pelas antiguidades e os vestígios do passado recolheram contos e canções populares numa tentativa de definição da nova nacionalidade portuguesa. Os modelos teóricos dominantes na altura eram os do difusionismo e o evolucionismo (Castro Seixas, 2000) e o objetivo implícito era demonstrar que Portugal constituía-se por um povo lusitano e celta. Na terceira fase, delimitada por Pina Cabral (1991) entre 1871 e 1920, e à qual denominou “belle époque”, foi criada a República e tem como representantes a Oliveira Martins, Adolfo Coelho, Teófilo Braga, Rocha Peixoto e Leite de Vasconcelos, entre outros. Esta foi uma época de grande criatividade científica e de influência internacional do evolucionismo.

Numa quarta fase, o regime ditatorial instituiu o estudo das colónias, com o objectivo de elaborar mapas etnológicos. Isto foi bem definido no Primeiro Congresso Nacional de Antropologia Colonial que se celebrou no Porto em 1934. Um dos seus autores foi Mendes Correa quem utilizou e promoveu os métodos antropométricos de campo. Foram enviadas missões para todas as colónias portuguesas, nomeadamente para África. Entre os impulsores destas missões destaca-se Joaquim do Santos Júnior (Pereira, 1988). Esta antropologia representava as tendências mais conservadoras das ideologias coloniais do regime do Estado Novo. A partir de finais de 1950 produz-se uma nova antropologia colonial, protagonizada por Jorge Dias, que se distancia cada vez mais e aos poucos, do grupo de Mendes Correa (Porto) e que vira as suas investigações para o Portugal continental e as problemáticas da ruralidade como substrato da nacionalidade portuguesa (Leal, 2000).

Na quinta fase situada no pós 25 de abril de 1974, a antropologia portuguesa torna-se mais cosmopolita, mais europeia, mais urbana e mais transnacional. Um autor e uma obra inauguram a antropologia

sociocultural contemporânea em Portugal, a de José Cutileiro (1977). Formado na Universidade de Oxford, introduz em Portugal os métodos modernos da antropologia social, que será a linha de força predominante a partir dessa data. Outros autores consolidaram esse caminho: Brian O'Neill, João de Pina Cabral, Joaquim Pais de Brito, Raúl Iturra, Jorge Crespo, Francisco Ramos e muitos outros que pertencem já à geração pós 25 de abril.

Em síntese, de uma antropologia de construção da nação, a antropologia portuguesa orientou-se para uma construção do império, sendo ambas feitas de forma articulada (Quintino, 2004: 40). Hoje, a antropologia portuguesa tem-se convertido numa antropologia internacional, na terminologia de Stocking (1982; 1992; 1996), e cosmopolita em temas, autores, contextos e orientações teórico-metodológicas. Pouco a pouco o turismo foi deixando de ser visto como uma atividade pouco merecedora de estudo e investigação para normalizar-se como objeto de estudo antropológico dos antropólogos portugueses e dos que trabalham em Portugal, tendência semelhante à de outras academias e contextos internacionais. Este processo será analisado seguidamente.

3. O nascimento da antropologia do turismo em Portugal: autores e objetos de estudo

Portugal não foge à tendência internacional de menosprezo do turismo como objeto de investigação antropológica, nem tampouco à mudança dessa tendência a partir dos meados da década de 1990. Nessa época alguns antropólogos começam a dar atenção ao turismo e aos turistas, resultado da sua companhia em terrenos que eles tinham estudado previamente mediante outros enfoques e focados noutros problemas socioculturais. Este interesse contribuiu para objetivar e representar o encontro intercultural.

Nesta secção apresentar-se-á de forma breve um pequeno inventário de autores com o objetivo de apresentar uma genealogia da antropologia do turismo em Portugal, enquanto objeto mais central da investigação antropológica.

A antropologia do turismo sobre Portugal nasce por iniciativa de um antropólogo estado-unidense, Eugene L. Mendonsa (1982), antropólogo formado em Cambridge (Reino Unido) que foi professor na UCLA, e que nos finais dos anos 1970 fez trabalho de campo em Portugal. Hoje retirado (cf. <http://eugenelmendonsa.tripod.com/>), ele foi dos primeiros a focar o turismo português como fenómeno social e cultural. Com um trabalho de campo durante cinco meses entre 1979 e 1980, sobre os efeitos do turismo na vila piscatória da Nazaré, este autor analisa o turismo como mecanismo de estratificação social e motor de impactos sobre as comunidades receptoras. Na sua visão, o turismo apresenta ponderadamente aspetos positivos e negativos para os recetores de turistas. Segundo ele, o turismo acentua a integração de Portugal na economia mundial, contribui para a modernização mas também para o acréscimo das desigualdades sociais devido a que as comunidades receptoras, como a Nazaré, já apresentavam uma estrutura social desigual de base que o turismo contribui a acentuar.

Um dos primeiros antropólogos portugueses a fazer do turismo um objeto central de investigação foi José da Cunha Barros (cf. Cunha Barros, 2002), professor do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (Universidade Técnica de Lisboa), quem iniciou nos finais de 1992 uma tese doutoral sobre os efeitos do turismo na região do centro litoral português. Privilegiou um estudo de caso acerca do turismo termal e as termas da Curia, no qual a ênfase é dada aos efeitos do turismo nos recetores. Este autor não descarta o uso de uma antropologia histórica para contextualizar as práticas e representações do turismo enquanto campo de interação social. E outra inovação foi a introdução de novas técnicas procedentes da sociologia e da geografia do turismo como os inquéritos por questionário.

Carla Sousa, antropóloga da Universidade do Algarve é uma das antropólogas portuguesas que mais tem trabalhado sobre turismo e que se centrou no estudo do turismo já desde os meados da década de 1990 (cf. Sousa, 1996; 2003). Estuda a relação entre folclore e turismo no Algarve, na medida em que o turismo, enquanto encontro com a alteridade, representa um mecanismo de reinvenção de tradições. Nessa tensão entre turismo, cultura e património cultural que ela aborda, o turismo procura experiências “verdadeiras” diz-nos Carla Sousa (2003: 570) e diferentes agentes sociais produzem representações da etnicidade para consumo turístico como as que ela analisa no Algarve.

Outro dos primeiros antropólogos portugueses a abordar o turismo foi Pedro Prista, que num trabalho publicado em 1998 (Prista, 1998) se aproxima da turistificação dos espaços rurais portugueses e a idealização turística deles. Questionando-se sobre o grande poder do turismo como indústria global e desde uma perspetiva diferente aos anteriores autores, alerta sobre os efeitos negativos da atividade turística e os seus riscos. Para além disto, critica o turismo rural e as suas transformações, enquadradas

na nova dominação urbana sobre o rural, que esvazia o campo de habitantes e contribui a levar estes para os subúrbios das cidades.

Incontornável neste quadro de primeiros autores da antropologia do turismo em Portugal destaca-se Francisco Martins Ramos, catedrático emérito de antropologia da Universidade de Évora. Francisco Ramos, além de promover a investigação, foi impulsionador da licenciatura, o mestrado e o doutoramento em turismo da Universidade de Évora. Foi também dos primeiros a focar o turismo como um objeto de investigação antropológica importante, algo que já fez na sua tese doutoral concluída em 1992 (Ramos, 1997). Foi ele também um dos primeiros a lecionar antropologia do turismo numa licenciatura em turismo em Portugal e a orientar teses doutorais sobre antropologia do turismo. Este antropólogo desenvolveu e desenvolve uma intensa atividade de dinamização do campo do turismo (2008, 2010, 2011, 2013), sendo membro fundador da Associação Internacional de Turismo Rural “Via Mediterrânea” e criador da licenciatura em turismo, gestão hoteleira e animação da Universidade Metodista de Angola.

Sintetizando, nas suas origens a antropologia do turismo em Portugal focalizava-se nas problemáticas dos impactos, nos encontros entre turistas e recetores, e na relação do turismo com os processos de patrimonialização. Isto é algo que não foge ao panorama internacional da antropologia do turismo (cf. Smith, 1989; Santana, 1997; Burns, 1999; Santana, 2009; Pereiro, 2009).

4. A “normalização” do turismo como objeto antropológico na antropologia portuguesa

Nesta seção, sem pretender compor um catálogo exaustivo dos antropólogos que trabalharam ou trabalham sobre turismo em Portugal, serão apresentados os autores que mais contribuíram para o que denominamos “normalização” do turismo como objeto de estudo antropológico em Portugal, e algumas linhas de força orientadoras ou balizadoras desse processo. Em geral podemos afirmar que este processo foi protagonizado inicialmente por académicos e universitários e não por antropólogos no mercado turístico como aconteceu noutros contextos de aplicação da antropologia.

Uma das antropólogas que mais tem contribuído para essa normalização do objeto tem sido Maria Cardeira da Silva, professora da Universidade Nova de Lisboa. A autora tem uma vasta obra sobre a problemática relação entre turismo, patrimónios culturais e identidades (cf. Cardeira da Silva, 2006; 2010; 2013). Tendo feito trabalho de campo em Marrocos e Mauritânia, contribuiu também para a formação especializada em antropologia do turismo (mestrado em antropologia do turismo). Não podemos descurar na sua trajetória a organização de simpósios, encontros e publicações sobre antropologia do turismo em Portugal como, por exemplo, o simpósio “Turismo, mobilidades e consumo de lugares”, enquadrado no congresso da APA (Associação Portuguesa de Antropologia) em 1999 e intitulado “Novos Terrenos da Antropologia” (cf. Cardeira da Silva, 2004). Além mais, numa dupla direção, tem realizado uma intensa divulgação em Portugal da antropologia do turismo e, também, tem divulgado muito internacionalmente o trabalho dos antropólogos portugueses que trabalham sobre turismo. Em palavras desta autora, a antropologia não deve demitir-se do turismo:

“Estou apelando à antropologia para aproveitar as características propícias dos terrenos que o turismo lhe oferece para afirmar as suas competências, a sua argúcia treinada ao longo de uma extensa história de práticas e metodologias incorporadas pelos antropólogos, agora já suficientemente objetivadas. Faço-o não por corporativismo mas porque acredito que a interdisciplinaridade, e mesmo a transdisciplinaridade, se baseia no pressuposto da contribuição de várias disciplinas e, portanto, obriga ao zelo pela manutenção das competências de cada uma” (Cardeira da Silva, 2004: 7-8).

Para além das modas académicas internacionais, Maria Cardeira da Silva propõe ir mais além da exotização das mobilidades turísticas para centrar-se no que ela chama de lugares turísticos, cronotopos de encontros turísticos que representariam um palco para a análise antropológica. Face ao processo de politização e mercantilização da cultura, no qual intervém o turismo, ela propõe uma reterritorialização da cultura e da antropologia como caminho para avançar no conhecimento antropológico do turismo. Os lugares turísticos podem tornar-se assim em laboratórios de conhecimento antropológico, indo mais além da criação de um subcampo teórico da antropologia.

Luís Silva, investigador do CRIA (Centro em Rede de Investigação em Antropologia) é um dos antropólogos mais profícuos no campo do turismo a partir de meados da primeira década do século XXI, especialmente no subcampo do turismo em espaço rural e no turismo de natureza. Doutorou em antropologia no ISCTE em 2007, com uma tese doutoral sobre turismo rural em Portugal orientada por

João Leal, Luís Silva revolucionou as perspetivas do turismo em Portugal, para questionar os discursos megalómanos sobre a importância do seu desenvolvimento e os seus efeitos sobre o desenvolvimento rural. Desde uma perspetiva de alerta, as suas publicações (2006, 2007a, 2007b, 2007c, 2009a, 2009b, 2011, 2013a, 2013b) internacionalizam em grande medida a antropologia do turismo feita em Portugal, abordando assuntos como os efeitos do turismo nos espaços rurais, as motivações e práticas dos turistas rurais, as perceções nativas dos efeitos turísticos ou os conflitos dos processos de patrimonialização ao serviço do turismo. Em 2009 coordenou com Agustín Santana e Xerardo Pereiro um simpósio sobre antropologia do turismo no IV Congresso da Associação Portuguesa de Antropologia.

Xerardo Pereiro trabalha na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD) desde 1998 e é membro do CETRAD (Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento) e do CEDTUR (ISMAD), lecionando antropologia do turismo no curso de turismo da UTAD. Ele chegou ao estudo do turismo a partir dos processos de patrimonialização da cultura e consumo turístico dos museus em Alhariz-Galiza (Pereiro e Vilar, 2008), tendo como foco de atenção as problemáticas relações entre turismo, cultura e identificações (Pereiro, 2006; Richards e Pereiro, 2007; Pereiro, 2009b). Tem-se debruçado sobre a construção de imagens turísticas do outro entre Portugal e Espanha (Pereiro, 2005; Pereiro, 2009a; Pereiro, 2012b). Junto com o também antropólogo Cebaldo de León (CETRAD) tem desenvolvido desde 2003 um projeto de investigação longitudinal sobre o turismo indígena guna, um modelo de turismo autocontrolado pelos indígenas gunas da República do Panamá (Pereiro e De León, 2007; Pereiro, 2008; Pereiro, 2010; Pereiro *et al.*, 2012; Pereiro, 2012a; Pereiro e De León, 2012). Neste trabalho espelha uma etnografia do sistema turístico contextualizada num lugar da periferia geopolítica latino-americana.

Preocupado por mostrar formas alternativas e diversas de oferecer e vivenciar a experiência turística está a pesquisar sobre os turismos indígenas na América Latina (Pereiro, 2012d; Pereiro, 2013^a) e as experiências ecoagroturísticas na Península Ibérica (Pereiro, 2012c; Prado e Pereiro, 2012). Xerardo Pereiro, que é também doutor em turismo desde 2014 pela Universidade de La Laguna (Espanha), tem dinamizado vários encontros à volta da antropologia do turismo como dois simpósios da APA, um da FAAEE, cinco edições do Turchaves (ciclo de conferências sobre turismo, no Pólo da UTAD em Chaves), o VIII CITURDES Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável (Cristóvão e Pereiro, 2012). Em adição e, numa linha de aplicação da antropologia ou de intervenção nos assuntos públicos, tem colaborado na elaboração de estudos estratégicos do turismo para o Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular, com particular destaque para a agenda estratégica do turismo para Trás-os-Montes (Pereiro, 2013b).

Ema Pires, professora na Universidade de Évora, tendo feito a sua tese de mestrado na Universidade de Évora (Pires, 2003), orientada por Francisco Ramos e Maria de Fátima Nunes, achegou-se ao papel das imagens e dos imaginários turísticos construídos no Estado Novo e utilizados como propaganda política. Tendo como pano de fundo a relação entre turismo e nacionalismo, a autora produz uma excelente antropologia histórica do turismo em Portugal, cruzando e estabelecendo um diálogo frutífero entre antropologia, história e sociologia, algo que comprova a necessidade de que o campo do turismo assumia perspetivas inter e transdisciplinares (Pinto e Pereiro, 2010). Doutorada em antropologia pelo ISCTE, sob a orientação de Brian O'Neill, fez trabalho de campo sobre o bairro português de Malaca (Malásia) e as apropriações turísticas desse espaço (Pires, 2011; 2012; 2013a; 2013b).

Paula Mota Santos, professora na Universidade Fernando Pessoa do Porto, foca a atenção sobre as perceções e vivências do património cultural da “Baixa” da cidade do Porto, integrando na sua análise a visão dos turistas (Mota Santos, 2003; 2005; 2007; 2012). A autora tem desenvolvido uma produção científica nessa linha de reflexão sobre o património cultural, enquanto processo de construção social e a sua relação com o turismo. Se bem que a antropologia do turismo não seja central na sua obra, tem contribuído de forma decisiva para o entendimento sobre a patrimonialização e os consumos turísticos dos centros históricos, das arquiteturas emblemáticas e dos parques temáticos (Mota Santos, 2014). Preocupada também pela análise das representações dos espaços urbanos, tem interpretado o turismo como um mecanismo de representação e imaginação do espaço urbano.

Filipa Fernandes antropóloga e professora no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa, orientada por Francisco Martins Ramos, doutorou-se em 2013 em Turismo pela Universidade de Évora. O seu trabalho efetuado na ilha da Madeira tem-se debruçado pelos processos de patrimonialização (2010a, 2010c, 2011, 2013), pelas representações turísticas (2010b, 2013, 2014), pelas motivações e práticas dos turistas (2013), e ainda, o turismo de natureza (2012, 2013). O património cultural enquanto recurso turístico foi o tema da sua tese doutoral na qual a problemática abordada se inseriu no mapa de questões associadas às estratégias de ativação patrimonial, às representações turísticas das levadas e aos discursos promocionais e, ainda, às experiências e motivações dos turistas.

Mais recentemente tem vindo explorar a temática dos desastres e do turismo num projeto multidisciplinar acerca da (des)memória do desastre, e ainda, a antropologia e o turismo de natureza.

Paulo Mendes é professor da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD) desde o ano 2000 e investigador do CRIA. O seu trabalho centrou-se na análise da construção comunitária de uma localidade alentejana de pescadores (Meneses e Mendes, 1996). Mais tarde, este longo trabalho de campo derivou numa tese doutoral sobre uma antropologia da perceção do ambiente e das emoções (Mendes 2008; 2013) na qual o turismo é um eixo de análise importante, ao ponderar as fricções entre os nativos e os turistas à luz dos diferentes níveis de consciência e categorização identitária. É este um exemplo de como a proposta de Maria Cardeira da Silva de construir uma antropologia dos lugares turísticos se torna muito ambígua, pois, hoje, há muito poucos lugares que não sejam consumidos por turistas e pelo turismo nas suas diversas modalidades.

Marta Lalanda Prista é uma investigadora do CRIA que desenvolveu investigação sobre as Pousadas de Portugal (Prista, 2013a, Prista, 2013b) enquanto discursos patrimoniais da identidade nacional portuguesa. Esta original investigação acerca da rede hoteleira de charme criada pelo Estado português há mais de sete décadas é analisada desde uma perspetiva sistémica, processual e histórica que aponta para os seus agentes sociais (políticos, arquitetos, operadores turísticos, residentes locais e turistas) e as narrativas do passado. Com este trabalho, concluído em 2011 no seu formato de tese doutoral, doutorou-se em antropologia na Universidade Nova de Lisboa, o que significa que o turismo é cada vez mais um objeto de estudo importante para a academia antropológica portuguesa.

Sofia Sampaio, investigadora pós-doutorada do CRIA que procede dos estudos culturais trabalha sobre turismo e cinema. Interessa-se pelo turismo como instrumento de representação política das identidades e pela relação entre turismo, literatura e cultura visual (cf. Sampaio, 2013a, 2013b). Peter Antón Zoetl é um antropólogo visual (Zoetl, 2011), investigador pós-doutorado no CRIA, que tem feito um documentário sobre o turismo entre os indígenas pataxó do extremo sul da Bahia (Brasil) em cooperação com os indígenas (Zoetl, 2010). Nele exhibe o protagonismo indígena na produção do turismo, os estereótipos na criação de cenários para consumo turístico e as dificuldades para enriquecer a experiência turística nesse jogo de espelhos que é o turismo. Este trabalho mostra a projeção da antropologia do turismo portuguesa pelo mundo fora.

Elsa Peralta é uma antropóloga formada no Instituto de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa que hoje é investigadora pós-doutorada no ICS (Instituto de Ciências Sociais) do Instituto Universitário de Lisboa. Já desde cedo (Peralta, 2000; 2003a; 2003b) se preocupou por pensar a relação entre património cultural, identidades e turismo, mas logo se centrou nas políticas dos processos de musealização e patrimonialização da cultura (Peralta e Anico, 2006; Peralta e Anico, 2009).

Joana Lucas, investigadora do CRIA ligada à equipa de Maria Cardeira da Silva na Universidade Nova de Lisboa, tem-se debruçado sobre a articulação entre pesca e turismo na Mauritânia (cf. Lucas, 2008) (cf. também <http://www.buala.org/pt/autor/joana-lucas>) com especial ênfase numa reflexão sobre o pós-colonialismo e o turismo (Lucas, 2013). Maria José Aurindo, investigadora entre a geografia e a antropologia, aluna de mestrado em antropologia do turismo liderado por Maria Cardeira da Silva, é um exemplo mais da normalização da antropologia do turismo em Portugal e da atração que outros cientistas sociais reconhecem na antropologia do turismo (cf. Vidal e Aurindo, 2010). Com uma tese de mestrado exemplar, sobre a representação identitária de Portugal nos cartazes turísticos entre 1911 e 1986 (Aurindo, 2006), o seu trabalho constitui um magnífico contributo não só para a antropologia do turismo, mas também para os estudos turísticos e o que alguns chamam de 'turismologia'. Enquadrada numa perspetiva do turismo enquanto mecanismo de representação, analisa como a promoção turística vende significados da identidade nacional e vai evoluindo com tempo e as transformações dos contextos históricos.

Edgar Bernardo (2013a; 2013b) e Vitor Popinsky (2010) são dois ex-alunos da licenciatura em antropologia da UTAD, doutorandos sobre turismo, o primeiro no CIES (Centro de Investigação em Sociologia) do ISCTE, sobre os impactos do turismo na ilha de Boa Vista (Cabo Verde), e o segundo, Vitor Popinsky, está-se a doutorar em antropologia no ICS, com uma tese sobre turismo, desenvolvimento e parentesco na ilha de Fogo em Cabo Verde. Ambos representam uma geração mais jovem de antropólogos formados em Portugal nos finais de 1990 e início da década de 2000, e que têm enveredado nos seus rumos investigadores para o turismo como objeto central da investigação antropológica.

5. Rumos da antropologia do turismo em Portugal

Podemos classificar os rumos da antropologia do turismo em Portugal em três: a investigação, a docência e a inserção profissional mais além da academia. De acordo com o exposto acima, a antropologia do turismo em Portugal não existe enquanto subdisciplina organizada e estruturada; existe sim, um conjunto de antropólogos que aborda problemas do campo turístico, umas vezes de modo central e, outras, as mais das vezes, enquanto elemento semiperiférico ou periférico das investigações. E apesar de se registar nos últimos tempos um esforço por constituir este subcampo da antropologia (ex. congressos, simpósios e encontros científicos como os da APA), não há balizas epistemológicas bem definidas (cf. Hernández Ramírez, 2006; Nash, 2007; Leite e Graburn, 2009). Existe muita ambiguidade e o processo de normalização do turismo enquanto problema de investigação antropológica é de ritmo lento.

No caso português, os trabalhos dos antropólogos no campo do turismo estão protagonizados fundamentalmente por académicos que seguem modelos de análise em uso na antropologia internacional (aculturação, impactos, encontros turistas – recetores, mestiçagem, hospitalidade, o turismo como espelho social, o turismo como mobilidade transnacional, o turismo como forma de representação do outro, etc.) e muitos deles procedem do campo da antropologia do património patrimonial. É assim que o património cultural se tem convertido em sangue do turismo e é nessa fileira que muitos realizam as suas investigações. Outros académicos acabam por encontrar turistas nos seus terrenos e acabam por integrá-los nos seus trabalhos, fazendo do turismo um objeto central das suas investigações, conceituando o turismo como um elemento sociocultural vital para entender a diversidade cultural das sociedades contemporâneas.

Também é relevante o facto de que poucos antropólogos se tenham debruçado na aplicação da investigação antropológica na mercadologia, na política ou gestão do turismo. Esta atividade de reflexão-intervenção é protagonizada com grande normalidade, frequência e entusiasmo por outros cientistas que trabalham sobre turismo, nomeadamente, geógrafos, economistas e gestores. Consideramos que este é um caminho que o antropólogo pode percorrer na sua prática profissional de aplicação da antropologia, fazendo a diferença pela sua mirada teórica, as suas estratégias metodológicas (etnográficas) e a sua postura ética.

Além da investigação do turismo, a antropologia do turismo em Portugal tem intensificado e integrado os seus conteúdos na formação universitária dos antropólogos, o que marca a diferença com outros contextos nacionais. Em Portugal a oferta educativa da antropologia é oferecida em quatro universidades tal como reflete o quadro seguinte:

Quadro nº 1: Cursos de licenciatura em Antropologia nas Universidades Portuguesas

Licenciatura	Universidade
Antropologia	Universidade Nova de Lisboa (UNL), pública.
Antropologia	Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais (ISCS), pública.
Antropologia	Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE), pública.
Antropologia	Universidade de Coimbra, Faculdade de Ciências e Tecnologia, pública.

Fonte: Elaboração própria

No primeiro ciclo (licenciatura), o ISCTE (Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa) apresenta a oferta de uma antropologia do turismo no 2º ano; e o Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (Universidade Técnica de Lisboa) oferece uma antropologia das viagens e do turismo na qualidade de opção do 3º Ano. Nem a Universidade Nova de Lisboa nem a Universidade de Coimbra oferecem especificamente formação em antropologia do turismo para antropólogos.

Ao nível do mestrado (cf. Quadro nº 2), o ISCTE oferece para 2014-2015 uma especialização em turismo e património, a Universidade Nova de Lisboa oferece também outra especialização de mestrado em antropologia intitulada “Culturas em cena e turismo”, e o ISCS oferece uma unidade curricular intitulada “Imaginários Turísticos”. Só a Universidade de Coimbra não oferece esta formação aos seus mestrados.

Quadro 2: Mestrados em Antropologia (Portugal)

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa	Mestrado em Antropologia	http://iscte-iul.pt/cursos/mestrados/7095/apresentacao.aspx
Universidade Nova de Lisboa	Mestrado em Antropologia – várias especializações	http://www.unl.pt/guia/2013/fcsh/UNLGI_getCurso?curso=4281
Universidade de Lisboa – ISCSP	Mestrado em Antropologia	http://www.iscsp.utl.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=67&Itemid=287
Universidade de Coimbra	Mestrado em Antropologia	http://www.uc.pt/fctuc/Ensino/cursos/2ciclo_continuidade/Lista/ANT

Do mesmo modo, a antropologia tem enveredado em Portugal por um caminho que é o do ensino da antropologia e da antropologia do turismo para licenciados em turismo. O ensino superior do turismo (universitário e politécnico) é relativamente recente em Portugal e não vai mais além de duas décadas, mas na atualidade, o número tem aumentado muito¹. A formação de indivíduos e profissionais para a atividade turística é uma preocupação tardia, como aconteceu noutros países, apesar do grande peso do turismo na economia nacional. Por via da antropologização do ensino do turismo, o turismo e os seus alunos universitários têm-se familiarizado com enfoques teóricos e métodos de investigação antropológicos.

Esta familiarização por via do ensino está subordinada aos enfoques econométristas, economicistas e de gestão, predominantes nos cursos superiores de turismo em Portugal, mas é importante mais além de um simples corporativismo académico. A antropologia oferece aos estudantes de turismo uma bagagem conceitual, uma forma holística de olhar a diversidade turística e ferramentas etnográficas para analisar os seus efeitos e consequências. Do mesmo modo, a antropologia, com o seu sentido crítico e reflexivo, ajuda a criar um melhor turismo (sustentável, responsável, alternativo) e melhores turistas. De forma concreta, nas estruturas curriculares das licenciaturas em turismo (3 anos) a antropologia aparece de duas formas: a) nalguns casos como formação introdutória ou como etnologia da diversidade cultural; b) noutros como antropologia do turismo, património cultural e turismo ou turismo cultural. Seja como for, a antropologia aplicada ao ensino do turismo está capacitada para uma melhor preparação dos alunos na criação de produtos turístico-culturais, na investigação de mercados/sistemas turísticos, na mediação, comunicação e interpretação dos atrativos turísticos, na hospitalidade, acolhimento e acompanhamento dos turistas, e também, na avaliação de políticas e ciclos de desenvolvimento dos destinos.

Finalmente, um outro rumo da antropologia do turismo em Portugal é a inserção profissional fora da universidade, a investigação académica e o ensino. Nesta linha, não podemos olvidar que o turismo é um produto de consumo e um negócio mercantil, uma atividade económica profundamente antropológica, mas não há bastantes trabalhos antropológicos ainda sobre o mundo empresarial e tecnocrático do turismo. As perspetivas epistemológicas ainda estão reféns dos modelos mais clássicos e pensamos que temos que arriscar mais e focar de jeito central os problemas nucleares do sistema turístico (ex. globalização de fluxos, desigualdades, neoimperialismos, oportunidades de desenvolvimento de turismo sustentáveis e responsáveis). Tampouco há muitos antropólogos portugueses a trabalhar no mercado turístico, algo que pode converter-se num campo de ação privilegiada.

Pensamos que a antropologia pode em Portugal e, não só, avaliar programas, projetos, produtos, destinos e políticas do turismo, compreendendo as dimensões socioculturais e orientando o rumo das mudanças e dos efeitos, alertando sobre as consequências negativas de determinados desenvolvimentos turísticos e, contribuindo, para a reinvenção, renovação e impulso dos lugares de encontro turístico. Além de ajudar a pensar o mundo de hoje (sociedade de mobilidades e viagens) a antropologia do turismo está chamada a integrar-se profissionalmente na promoção – enquanto forma de representação - e na educação turística, construindo uma postura anti etnocêntrica e repensando as relações com a diversidade cultural e a natureza. Para isso temos que ir mais além de alguns preconceitos moralizadores do turismo como atividade negativa, dar voz a todos agentes do sistema turístico e não só aos turistas e os seus recetores, e mostrar com visão etnográfica a complexa diversidade da atividade turística.

6. Conclusões

No contexto da história da antropologia portuguesa, destacamos a emergência da antropologia do turismo como subcampo da antropologia e como parte pluridisciplinar dos estudos turísticos. A antiga atitude de menosprezo do turismo e do estudo do turismo mudou na atualidade. Estudar turismo está na moda e é algo que parece que vai ficando. A conclusão a que chegamos é que a antropologia do turismo está hoje a “normalizar-se” na academia portuguesa tendo ainda muito terreno para explorar na academia e, também, na mercadologia turística. Ambos, turismo e antropologia, tratam com seres humanos, e a antropologia é central para analisar como o turismo transforma as sociedades e as suas culturas. Por outro lado a antropologia é uma importante ferramenta analítica na análise de conexões transnacionais como o turismo, os seus fluxos e intercâmbios entre o local e o global.

Aos poucos, a antropologia do turismo vai ultrapassando os modelos culturalistas e comunitaristas que estudavam os efeitos do turismo, e vai-se aproximando de novos olhares teóricos de um fenómeno massivo, internacional e elemento importante da globalização. Isso também pode observar-se no processo de turistificação da antropologia em Portugal. No caso em apreço, existe, como vimos, uma pluralidade empírica de terrenos e de temas, e consideramos necessário que essa diversidade se veja acompanhada de mais reflexão teórica e mais comparação, com o intuito de sintetizar, explicar, interpretar, compreender e, se possível, generalizar as etnografias.

Bibliografia

- Aurindo, Maria José
2006 Portugal em Cartaz. Representações do destino turístico (1911-1986). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.
- Barros, José Cunha
2002 Realidade e Ilusão no Turismo Português. Das práticas do termalismo à invenção do turismo de saúde. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa – Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- Bernardo, Edgar
2013a Abordagens teóricas ao turismo. Lisboa: CIES-IUL, em http://www.cies.iscte.pt/np4/?newsId=453&fileName=CIES_WP172_Bernardo.pdf
- Bernardo, Edgar
2013b Uma introdução ao turismo. Conceitos, classificações e tipologias. Lisboa: CIES – IUL, em http://www.cies.iscte.pt/np4/?newsId=453&fileName=WP_CIES164_Bernardo.pdf
- Burns, Peter M
1999 An Introduction to Tourism and Anthropology. London: Routledge.
- Cabral, João de Pina
1991 Os contextos da antropologia. Lisboa: Difel.
- Cristóvão, Artur e Pereiro, Xerardo (orgs.)
2012 Atas do VIII CITURDES - Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável. Turismo rural em tempos de novas ruralidades. Chaves: UTAD (ISBN: 978-989-704-055-9).
- Cutileiro, José
1977 Ricos e pobres no Alentejo. Uma Sociedade Rural Portuguesa. Lisboa: Livraria Sá da Costa.
- Fernandes, Filipa
2010a “A cultura da água: da patrimonialização das levadas da Madeira à oferta turística”. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 8(4):529-538.
- Fernandes, Filipa
2010b “Cartografias do Turismo nos Finais de Oitocentos na Ilha da Madeira: Lugares, Personagens, Âmbitos e Experiências”. In: AAVV, República e Republicanos na Madeira 1880-1926, Seminário (pp.567-576). Funchal, SREC, Centro de Estudos de História do Atlântico (CEHA).
- Fernandes, Filipa
2010c “Cultural landscapes and tourism in the Atlantic: the case of Madeira Island”, Heritage 2010 – heritage and Sustainable Development, Proceedings of the 2nd International Conference on Heritage and Sustainable Development (pp.891.899). Évora, Green Lines Institute.

- Fernandes, Filipa
2011 "A Costa da Laurissilva": a produção de um destino turístico-cultural". In: Prats, L. e Santana, A. (Coords.), *Turismo y Patrimonio: Entramados Narrativos*, (pp.135-143). El Sauzal, Asociación Canária de Antropología e PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.
- Fernandes, Filipa
2012 "O turismo de trilhos pedestres nas levadas e veredas da ilha da Madeira". In: Sebastião, Sónia Pedro e Ribeiro, Raquel (eds), *Portugal, Destino a Comunicar. A comunicação no Turismo Português* (pp.128-135). Lisboa: ISCSP – CAPP (E-Book).
- Fernandes, Filipa
2013 *Pelos Caminhos da Água. As levadas e veredas da Madeira como recurso turístico*, Évora, Universidade de Évora, tese de doutoramento submetida e aprovada (não publicada).
- Fernandes, Filipa
2014 "As Representações turísticas na Região Autónoma da Madeira: os discursos em torno das levadas". *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21/22 (1):23-31.
- Hernández Ramírez, Javier
2006 "Producción de singularidades y mercado global. El estudio antropológico del turismo". In *Boletín Antropológico* n° 66 (janeiro-abril 2006): 21-50.
- Leal, João
2000 *Etnografias Portuguesas (1870-1970). Cultura Popular e Identidade Nacional*. Lisboa: Dom Quixote.
- Leite, Naomi e Graburn, Nelson
2009 "Anthropological Interventions in Tourism Studies". In Robinson, M. e Tazim, J. (eds.): *The Sage Handbook of Tourism Studies* (pp. 35-64). London: Sage.
- Llaneza Fadón, Leopoldo
1999 "Tendencias y procesos de la antropología portuguesa en el siglo XIX. Notas para una historia de la antropología en la península ibérica". In: *Ateneo-Revista Electrónica de Antropología*, n.º 1, em www.ucm.es/info/dptoants/ateneo/, consultado o 18-06-2002.
- Lucas, Joana
2008 *Um serviço de chá e um kit GPS: Reconfigurações identitárias e outros desafios entre os Imraguen da Mauritânia*. Lisboa: ISCTE (tese de mestrado não publicada).
- Lucas, Joana
2013 "Orientalism and imperialism in french west Africa. Considerations on travel literature, Colonial tourism, and the desert as 'commodity' in Mauritania". In: Sarmiento, João e Brito-Henriques, Eduardo (eds.): *Tourism in the global south: landscapes, identities and development* (pp.25-43). Lisboa: Centre for Geographical Studies.
- Mendes, Paulo
2008 *O MAR É QUE MANDA. Comunidade e Percepção do Ambiente no Litoral Alentejano*. Lisboa: ISCTE (tese doutoral em antropologia).
- Mendes, Paulo
2013 *O MAR É QUE MANDA. Comunidade e Percepção do Ambiente no Litoral Alentejano*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Mendonsa, Eugene L.
1982 "Turismo e estratificação na Nazaré", *Análise Social*, XVIII: 311-329.
- Meneses, Inês Salema e Mendes, Paulo Daniel
1996 *Se o mar deixar. Comunidade e género numa povoação do litoral alentejano*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais.
- Nash, Dennison (ed.)
2007 *The Study of Tourism. Anthropological and Sociological Beginnings*. Amsterdão: Elsevier.
- Santos, Paula Mota
2005 *Porto's Historic Centre and the Materiality of Belonging*. London: University College of London (tese doutoral não publicada).
- Santos, Paula J. M.
2007 "Being in or out of place: shifting visibilities of a collective other in the city of Porto", *Trabalhos de Antropologia e Etnologia* 47 (3-4): 49 - 69
- Santos, Paula M.
2012 "The power of knowledge: tourism and the production of heritage in Porto's old city", *International Journal of Heritage Studies* 18 (5): 1 – 15

- Santos, Paula Mota
2014 “The Tourism Constellation: Urban Tourism and the Globalized Circuits of Commodified Selves”.
In: Santos, Paula Mota e Seixas, Paulo Castro (eds.): *Globalization and Metropolization: Perspectives on Europe’s West Coast* (pp.109-131). Berkeley: Universidade de California.
- Pereira, R.
1988 *Antropologia Aplicada na Política Colonial Portuguesa*. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa (Tese de Mestrado).
- Peralta, Elsa
2000 “Património e identidade. O desafio do turismo cultural”. *Antropológicas* 4: 217-224.
- Peralta, Elsa
2003^a “O Mar por Tradição: Património e a Construção das Imagens do Turismo”. *Horizontes Antropológicos - Antropologia e Turismo* 9 (20): 83-96.
- Peralta, Elsa, Anico, Marta (Eds.)
2006 *Patrimónios e Identidades: Ficções Contemporâneas*. Oeiras: Celta.
- Peralta, Elsa e Anico, Marta (Eds.)
2009 *Heritage and Identity in the Twenty-First Century*. London: Routledge.
- Pereiro, Xerardo
2005 “Imagens e narrativas turísticas do “outro”: Portugal-Galiza, Portugal-Castela e Leão”. In: Pardellas, X. (dir.): *Turismo e natureza na Eurorrexión Galicia e norte de Portugal* (pp.57-79). Vigo: Universidade de Vigo.
- Pereiro, Xerardo
2006 “Ecomuseums, cultural heritage, development and cultural tourism in the North of Portugal”. In: Richards, G. (coord.), *Cultural Tourism: Globalising the local – localising the global* (pp.195-213). New York: Haworth Press.
- Pereiro, Xerardo e De León, Cebaldo
2007 *Los impactos del turismo en Kuna Yala (Panamá)*. Turismo y cultura entre los Kuna de Panamá. Madrid: Editorial Ramón Areces.
- Pereiro, Xerardo
2008 “O antropólogo e as culturas turísticas: Uma experiência de investigação entre os kuna do Panamá”. In: Simas, Sónia (org.): *Etnografia e Emoções* (pp.261-272). Lisboa: ISCSP (Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas).
- Pereiro, Xerardo e Vilar, Manuel
2008 “Ethnographic Museums and essentialist representations of Galician identity”. *International Journal of Iberian Studies*, 21(2): 87-108
- Pereiro, Xerardo
2009a “Imagens e narrativas turísticas do “outro”: Portugal-Galiza”. In: Carou; H. Godinho, P. e Pereiro, X. (orgs.): *Portugal e Espanha – Discursos de centro, memórias e práticas de fronteira* (pp.173-198). Lisboa: IELT (Instituto de Estudos de Literatura Tradicional) – Edições Colibri.
- Pereiro, Xerardo
2009b *Turismo cultural: Uma visão antropológica*. Tenerife: Pasos. E-book em www.pasononline.org
- Pereiro, Xerardo
2010 “Ethnographic Research on Cultural Tourism: An Anthropological View”. In: Richards, Greg; Munsters, Wil (coords.): *Cultural Tourism Research Methods* (pp.173-187). London: CABL.
- Pereiro, Xerardo; Ventocilla, Jorge; Martínez, Mónica; De León, Cebaldo; Del Valle, Yadixa
2012 *Los turistas kunas. Antropología del turismo étnico en Panamá*. Palma de Mallorca: Universitat de las Illes Balears (livro-cd)
- Pereiro, Xerardo
2012a “El turismo indígena guna (Panamá): imaginarios y regímenes de mentira de los guías turísticos internacionales”. *Estudios y Perspectivas del Turismo*, 21(4): 945-961, em <http://estudiosenturismo.com.ar/>
- Pereiro, Xerardo
2012b “Turismo e Cultura Audiovisual: A Turisteca do Pólo da UTAD em Chaves”, *Revista Turismo e Desenvolvimento – Journal of Tourism and Development*, 17/18:151-160
- Pereiro, Xerardo
2012c “El turismo responsable en Galicia: Ecoagroturismo Arqueixal”. In Santana, Agustín, Jonay, Alberto e Díaz, Pablo (ed.): *Responsabilidad y Turismo en Iberoamérica* (pp.1-25). La Laguna: Pasos (e-book em www.pasononline.org).

Pereiro, Xerardo

2012d “Tourism and indigenous cultures in Latin America”. In Smith, Melanie e Richards, Greg (eds.): *Handbook on Cultural Tourism* (pp.145-150). London: Routledge.

Pereiro, Xerardo e De León, Cebaldo

2012 “Museos, representaciones glocales de la cultura guna y turismo”. *Revista Tareas* (Panamá), 141: 75-95.

Pereiro, Xerardo

2013a “Los efectos del turismo en las culturas indígenas de América Latina”. *Revista Española de Antropología Americana*, 43(1):155-174.

Pereiro, Xerardo

2013b “Valorização dos recursos territoriais. Turismo”. In: Bento, Ricardo (coord.): *Agenda Estratégica dos Territórios da Fronteira Interior/Transmontana da Macrorregião do Sudeste Europeu (Agenda Estratégica Trasmontana, AET)* (pp.60-78). Porto: Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular.

Pinto, Roque e Pereiro, Xerardo

2010 “Turismo e Antropologia: contribuições para um debate plural”, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 13:219-226.

Pires, Ema

2003 *O baile do turismo. Turismo e propaganda no Estado Novo*. Casal de Cambra: Caleidoscópio.

Pires, Ema,

2011 “Birds’ nests, heritage trails and shopping malls: nostalgia and contested heritage in Malacca (West Malaysia). In: *Heritage Conserved and Contested: Asian and European Perspectives*, Conference Book of Papers, IIAS (International Institute for Asian Studies) / Univ. Leiden, pp. 179-190

Pires, Ema

2012 *Paraísos Desfocados: Nostalgia Empacotada e Conexões Coloniais em Malaca*. Lisboa: Tese de Doutoramento em Antropologia submetida ao ISCTE-IUL.

Pires, Ema,

2013a “Showcasing the past: on agency, space and tourism”. In Sarmento, João e Henriques, Eduardo B. (orgs.), *Tourism in the Global South: Heritages, Identities and Development* (pp.179-192). Lisboa, Centre for Geographical Studies da Universidade de Lisboa.

Pires, Ema

2013b “Sobre espaços, turistas e homelands imaginadas”. In Lobato, Manuel e Manso, Maria de Deus (orgs.), *Mestiçagens e Identidades Intercontinentais nos Espaços Lusófonos* (pp.145-161). Braga, Núcleo de Investigação em Ciências Políticas e Relações Internacionais.

Popinsky, Vitor

2010 “The Development projects of the Gilé National Reserve in Mozambique: Interests and processes within communities, and between communities and other social actors in natural resource management” (Tese de mestrado) online: <http://www.lu.se/o.o.i.s?id=19464&postid=1662224>

Prado Conde, S. e Pereiro, X.

2012 “Ecoagroturismo en Galiza: Análise comparada de dous casos de estudo”. In Simón Fernández, X. e Copena Rodríguez, D. (coords.): *Iniciativas agroecolóxicas inovadoras para a transformación dos espazos rurais*. Atas do IV Congreso Internacional de Agroecología e Agricultura Ecológica (pp.213-231). Vigo: Universidade de Vigo - Fundación Juana de Veja.

Prista, Marta

2013a “Mediating Rurality, History and Exclusivity in Pousadas de Portugal”. In Silva, Luís e Figueiredo, Elisabete (eds.): *Shaping Rural Areas in Europe. Perceptions and Outcomes on the Present and the Future* (pp.109-128). Dordrecht: Springer.

Prista, Marta

2013b “Turismo e sentido de lugar em Óbidos: uma pousada como metáfora”, *Etnográfica*, 17 (2), consultado no dia 25 Abril 2014. URL : <http://etnografica.revues.org/3160>

Prista, Pedro

1998 “Turismo nos Campos”. In Prista, Pedro (ed.), *Essas Histórias que há para Contar* (pp.155-161). Lisboa: Salamandra, Abril em Maio e SOS Racismo.

Quintino, Maria Celeste Rogado

2004 *Revisão de agendas etnográficas. Convés, varandas, aldeias e cidades*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas – Universidade Técnica de Lisboa.

Ramos, Francisco Martins

1997 *Os proprietários da sombra. Vila Velha revisitada*. Lisboa: Universidade Aberta.

- Ramos, Francisco Martins e Marujo, Maria Noémi
2008 "Uma visão cultural do turismo". In Maria Noémi Marujo, Francisco Martins Ramos e José Calixto, Atas do Encontro Transfronteiriço Turismo Rural/Cultural e Desenvolvimento Sustentável, Edição: Município de Reguengos de Monsaraz.
- Ramos, Francisco
2010 "Antropologia, turismo e invasões das periferias". *Etnicex* 1:19-30.
- Ramos, Francisco Martins e Marujo, Maria Noémi
2011 "Reflexões Sócio-Antropológicas sobre o Turismo". *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 16: 25-33.
- Ramos, Francisco
2013 "Turismo e Cultura" em *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 20:91-98.
- Richards, Greg e Pereiro, Xerardo (eds.)
2007 *Cultural Tourism. Negotiating Identities*. Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Sampaio, Sofia
- 2013a, "Estudar o turismo hoje: para uma revisão crítica dos estudos de turismo", *Etnográfica*, 17 (1): 167-182
Sampaio, Sofia
- 2013b, "Turismo como não-turismo: confluências e inflexões do filme turístico em filmes do período (pós-) revolucionário", *UBImuseum: Revista Online do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior*, 2: 217-228
- Santana, Agustín
1997 *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*. Barcelona: Ariel.
- Santana, Agustín
2009 *Antropologia do Turismo. Analogias, Encontros e Relações*. São Paulo Aleph.
- Seixas, Paulo Castro
2000 "Usos do Popular: da paixão ao desenvolvimento estratégico", em *Actas do Congresso Cultura Popular* (pp.277-284). Maia: Câmara Municipal da Maia.
- Silva, Maria Cardeira da
1993 "Marrocos: Turistas, Indígenas e Antropólogos", *Antropologia Portuguesa*, 11: 43-50.
- Silva, Maria Cardeira da
2003 "Video Tours". *Etnográfica*, 7 (2): 451-458.
- Silva, Maria Cardeira da (coord.)
2004 *Outros Trópicos. Novos destinos turísticos. Novos terrenos da Antropologia*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Silva, Maria Cardeira da
2006 "Hospedaria Vasque. Cultura, raça, género e expediente num oásis da Mauritânia". *Etnográfica*, X (2): 355-381.
- Silva, Maria Cardeira da; Frazão-Moreira, Amélia (2013): "Coleccionistas, turistas e outros supostos predadores". In Maria Cardeira da Silva, Clara Saraiva (orgs.), *As Lições de Jill Dias: Antropologia, História, África e Academia*, Lisboa, CRIA, pp. 112-136.
- Silva, Maria Cardeira da
2010 "Mauritanian Guestbook. Shaping culture while displaying it". In Burns, Peter, Palmer C. e Lester, J.-A. (Ed.) *Tourism and Visual Culture. Theory and Concepts* (pp. 181-191). Oxfordshire: CABI.
- Silva, Luís
2006. "Os impactos do turismo em espaço rural", *Antropologia Portuguesa* 23 (1): 295 – 317.
- Silva, Luís
2007a "A procura do turismo em espaço rural", *Etnografica* vol.11 (1): 141-163.
- Silva, Luís
2007b "Perspetiva antropológica do turismo de habitação em Portugal", *Pasos* 5 (2): 31- 46.
- Silva, Luís
2007c "Os impactos locais do turismo", *Encontros Científicos*, 3: 86 - 96
- Silva, Luís
2009a, *Casas no Campo: Etnografia do Turismo Rural em Portugal*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Silva, Luís
2009b, "A patrimonialização e a turistificação do contrabando". In Dulce Freire, Eduarda Rovisco, Inês Fonseca (orgs.), *Contrabando na Fronteira Luso-Espanhola* (pp. 255-287). Lisboa: Nelson de Matos.
- Silva, Luís
2012, "Museus, turismo y desarrollo local: el caso de Belmonte, Portugal". In I. Arrieta (ed.), *Museos y Turismo: Expectativas y Realidades* (pp.163-78). Bilbao, Universidad del País Vasco.

Silva, Luís

2013a “The Pastoral Ideal in Portugal: From Literature to Touristic Practices”. In Silva, Luís e Figueiredo, Elisabete (eds.): *Shaping Rural Areas in Europe. Perceptions and Outcomes on the Present and the Future* (pp.95-108). Dordrecht: Springer.

Silva, Luís

2013b “Impactos do turismo em meio rural: reflexões a partir de Portugal”. In Silva, Vanda da e Carmo, Renato do (orgs.), *Mundo Rural: Mito ou Realidade?* (pp.295-313). São Paulo, Annablume.

Sobral, José Manuel

2012 *Portugal, Portugueses: Uma Identidade Nacional*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Sousa, Carla

1996 “Cultura Popular e Turismo: O Folclore no Algarve”, *Dos Algarves, Revista da ESGHT/UAL*, 1: 12-19.

Sousa, Carla

2003 “Folclore e turismo: reflexões sobre o Algarve”. In El-Shawan Castelo-Branco, Salwa e Freitas Branco, Jorge (orgs.), *Voices do Povo. A Folclorização em Portugal* (pp.569-579). Oeiras: Celta Editora.

Smith, Valene (ed)

1989 *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, 2ª ed, Philadelphia, University of Pennsylvania Press.

Stocking, George. W.

1982 *Race, Culture and Evolution: Essays in The History Of Anthropology*. Chicago: Chicago University Press.

Stocking, George W.

1992 *The Ethnographer’s Magic and Other Essays in The History of Anthropology*. Madison-London: The University of Wisconsin Press.

Stocking, George W.

1996 *After Tylor: British Social Anthropology, 1888-1951*. London: Athlone.

Vidal, Frédéric; Aurindo, Maria José,

2010 “Turismo e Identidade Nacional: Uma nova imagem para Portugal”. In *Viajar: Viajantes e Turistas à Descoberta de Portugal no Tempo da Iª República*, Lisboa, Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República: 119-124

Zoetl, Peter Anton

2010 Capa de índio, documentário em <http://vimeo.com/24472557>

Zoetl, Peter Anton

2011 “O “vídeo participativo “ como meio de reflexão e autorreflexão sobre imagem e identidade de grupos indígenas reemergentes no nordeste brasileiro”. *Espaço Ameríndio*, Porto 5(3): 143-159.

Notas

¹ Cursos superiores de turismo registados na DGES (Direção Geral do Ensino Superior) em março de 2014:

- Turismo: 29 cursos superiores universitários de turismo
- Turismo e gestão de empresas turísticas: 1 (Universidade Lusófona do Porto)
- Turismo e lazer: 1 (Instituto Político da Guarda)
- Turismo sustentável: 1 (Instituto Superior Dom Afonso III)
- Turismo, lazer e património: 1 (Universidade de Coimbra – Faculdade de Letras)
- Animação turística: 1 (Instituto Político de Leiria – Peniche)
- Informação e animação turística: 1 (Universidade do Algarve – Portimão)
- Informação turística: 1 (Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Estoril)
- Gestão do lazer e animação turística: 1 (Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Estoril)
- Marketing turístico: 1 (Instituto Político de Leiria)

Fonte: <http://www.dges.mec.pt/guias/indcurso.asp?curso=9810> (consultado o 5-03-2014)

Recibido: 03/06/2014

Aceptado: 19/11/2014

Sometido a evaluación por pares anónimos

Una mirada sobre la turistificación de la antropología del desarrollo en el Estado español

Mònica Martínez Mauri*
Universitat de Barcelona(España)

Resumen: El presente artículo reflexiona sobre la turistificación de la antropología del desarrollo en España resumiendo las principales aportaciones etnográficas de investigadores de instituciones del Estado. Además de presentar la especificidad de la mirada antropológica hacia la polémica relación entre el turismo y el desarrollo, el texto intenta entender porqué se produce este tránsito hacia el estudio del turismo desde la antropología preocupada por los procesos de desarrollo. El artículo argumenta que las razones que explican este cambio de objeto de investigación en la antropología española son: (1) el prestigio que gana el estudio del turismo durante la última década en el mundo académico, (2) la expansión del turismo y de grandes inversiones de promoción turística en el espacio latinoamericano, y (3) la introducción del turismo en las agendas políticas de los organismos dedicados a la cooperación al desarrollo.

Palabras Clave: turismo, desarrollo, antropología social, etnografía, Estado español

A glance to the touristification of development anthropology in Spain

Abstract: This article reflects on the touristification of development anthropology in Spain summarizing the main ethnographic contributions of Spanish researchers. It focuses on the specificity of the anthropological gaze to the controversial relationship between tourism and development and it seeks to understand why a transition from the development anthropology towards the study of tourism occurs. As stated in the article, the reasons that explain this change in the Spanish anthropology are: 1. The relevance of tourism over the past decade in academia studies, 2. The expansion of tourism and foreign investments in the Latin American space, and 3. The introduction of tourism in the political agendas of the agencies engaged in development cooperation.

Keywords: tourism, development, social anthropology, ethnography - Spain

1. Del estudio del desarrollo al estudio del turismo

En una reciente reseña sobre los estudios antropológicos del turismo en España publicada en *Anthropology News*, Saida Palou recordaba que en nuestro país los estudios del turismo se iniciaron cuando el antropólogo norteamericano Davydd J. Greenwood analizó la naturaleza y la significación de los cambios introducidos por el turismo en un pequeño pueblo del norte de España, Fuenterrabía. Al analizar los efectos del turismo en la arquitectura, la economía, la organización social, el rol de las familias y en los hábitos de consumo, Greenwood constataba que en los años 1970 esta nueva actividad surgía en detrimento de la agricultura y que por esta razón podía tener consecuencias negativas sobre el desarrollo de la localidad. Poco después, antropólogos españoles como Oriol Pi-Sunyer (1978), Antonio Madly y Francisco Jurdao (1992) también se dedicaron a analizar críticamente las transformaciones que introducía el turismo en la sociedad española. Estas fueron las primeras veces en que el turismo fue etnografiado en nuestro país (Palou, 2014: 31), y lo fue porque preocupaban los cambios que introducía en la economía y la sociedad.

* Investigadora postdoctoral en el marco del Programa Juan de la Cierva en el Grupo de Estudios sobre Culturas Indígenas y Afroamericanas (CINAF) de la Universitat de Barcelona. Doctora en Antropología social por la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) y la École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS); E-mail: martinezmauri@ub.edu

Mucho tiempo ha pasado desde ese primer momento, y hoy en día la antropología del turismo en España se ha diversificado estudiando las dinámicas y los efectos de los sistemas y agentes turísticos en el ámbito local, regional y nacional a muchos niveles. No es el objetivo de este artículo hacer una radiografía de estos interesantes desarrollos, el propósito de este texto es analizar el interés por el estudio del turismo de parte de antropólogos y antropólogas del Estado, en contextos marcados por la cooperación internacional, fuera de las fronteras nacionales.

Durante la última década numerosos son los investigadores españoles dedicados a la antropología del desarrollo “entendida como el estudio de los procesos de cambio en contextos marcados por las políticas de cooperación al desarrollo en países de América Latina, África o Asia”, que se han inclinado por analizar el papel del turismo en los lugares donde ya habían realizado trabajo de campo con anterioridad. En las líneas que siguen enumeraré y resumiré algunos de estos trabajos etnográficos con el fin de ejemplificar este destacado cambio.

Uno de los primeros antropólogos del Estado en transformar su objeto de estudio a raíz de la prominencia del turismo en el contexto social y cultural que estudiaba fue Jordi Gascón. Pionero en abordar la relación entre el desarrollo y el turismo, varias son las publicaciones¹ que derivan de su trabajo de campo en la comunidad quechua de Amantaní, la isla más poblada y extensa del lago Titicaca. Una de las más destacables es su tesis de doctorado sobre los efectos del desarrollo del turismo en los procesos de diferenciación social y en la generación de nuevos conflictos campesinos (Gascón, 1999, 2000 y 2005). Aunque inicialmente las investigaciones de Gascón pretendían centrarse en las cuestiones agrarias, poco a poco el contexto etnográfico del altiplano peruano lo llevó a orientarse hacia el estudio del turismo como factor de cambio social. Algunas de sus publicaciones en este ámbito muestran que la entrada de esta nueva actividad ha generado cambios coyunturales, como una cierta movilidad social y un aumento de los ingresos, pero no ha comportado una gran transformación de la estructura socio-económica existente (Gascón, 1996). Sus investigaciones etnográficas ponen en evidencia que en lugar de beneficiar a toda la comunidad, un grupo minoritario de comuneros acapara la mayor parte de los beneficios generados por el turismo, mientras que la gran minoría sólo se aprovecha marginalmente de este nuevo recurso (Gascón y Pérez Berenguer, 1997).

También en el Perú, otra antropóloga española, Beatriz Pérez Galán, con una larga trayectoria de trabajo de campo en el ámbito de la aplicación de proyectos de desarrollo por parte de ONG y en analizar el papel de la cultura en estas intervenciones desarrollistas (Pérez Galán, 2003a y 2009), ha incursionado en el ámbito de la antropología del turismo. Sus trabajos se han centrado en indagar sobre el uso del patrimonio cultural en los proyectos de turismo sostenible impulsados por los agentes del desarrollo en las comunidades indígenas del sur del Perú (Pérez Galán, 2003b y 2008; Asensio y Pérez Galán, 2012). Desde una perspectiva etnográfica, ha investigado la transformación de las prácticas culturales rurales como resultado de los procesos globales en los que se inscribe el turismo. Se ha interesado por comprender en qué manera el rescate y la puesta en valor de las tradiciones culturales (bienes y servicios), ofertadas al turismo por las comunidades rurales, puede contribuir a reforzar el sentido de pertenencia colectiva, al tiempo que mejorar sus precarias condiciones de existencia. Desde su particular perspectiva, Pérez Galán no busca resaltar los aspectos culturales que son seleccionados para el turismo, ni estudiar el impacto económico, sociocultural y político de esta actividad, sino describir etnográficamente el proceso por el cual la población de estas comunidades decide participar en los proyectos, el significado diferencial de esa participación (en términos de edad, género, clase social e identidad étnica), y el grado de autonomía con el que cuentan para recrear las manifestaciones identitarias que forman parte de la oferta turística.

Además de la zona andina, en América Latina, Panamá ha sido otro de los países que ha recibido la atención de investigadores del Estado interesados inicialmente por el desarrollo sostenible, la emergencia de organizaciones indígenas y la ecología política. Después de varios años de trabajo de campo en el país, Mónica Martínez Mauri y los panameños Cebaldo de León, Jorge Ventocilla y Yadixa del Valle, se integraron a un equipo transdisciplinar dirigido por Xerardo Pereiro, para llevar a cabo una larga investigación etnográfica dedicada a conocer de forma holística el sistema turístico de la comarca indígena de Gunayala (Panamá). Gracias a un proyecto de investigación² de tres años de duración, el equipo tuvo la oportunidad de describir y analizar las actividades y las estrategias turísticas desarrolladas por los habitantes de las islas de Gunayala tanto a nivel individual, comunitario como comarcal. Para ello documentaron empíricamente la creación de cabañas y hoteles gestionados por los propios gunas³, la producción de artesanía, el turismo de veleros, yates y cruceros, las políticas locales y nacionales en materia de turismo, la opinión de los turistas que visitan la región, las perspectivas de las comunidades de la región entorno al turismo y la historia de esta actividad en el país, entre otros elementos. Uno de los principales objetivos de esta etnografía fue producir informaciones para que las autoridades de la comarca elaborasen un Plan de desarrollo turístico. Numerosas son las publicaciones (Pereiro, Ventocilla

y Martínez, 2010; Martínez Mauri, 2010a y 2010b; Pereiro, De León, Martínez, Ventocilla y Del Valle, 2012; Pereiro, 2011 y 2012; Pereiro y De León, 2007 y 2012) y los proyectos de investigación⁴ que han derivado de esta primera investigación en turismo étnico.

A este reciente interés de algunos americanistas españoles por el tema del turismo, se suma la curiosidad de antropólogos del Estado español especializados en patrimonio cultural por los contextos americanos y la relación que puede existir entre patrimonio, turismo y desarrollo. Los trabajos de numerosos grupos de investigación en Sevilla, Alicante y otros puntos de la Península ponen en evidencia este nuevo giro en la investigación antropológica.

Un buen ejemplo de este segundo giro es la trayectoria investigadora del grupo GISAP (Grupo de Investigación Social y Acción Participativa) de la Universidad Pablo Olavide. En este espacio, un numeroso grupo de antropólogos liderado por Esteban Ruiz Ballesteros –entre los que se cuentan Macarena Hernández, Agustín Coca, Pedro Cantero, Javier Escalera Reyes y Alberto del Campo–, han abandonado los contextos mineros del Sur de España por las comunidades que apuestan por el desarrollo del turismo comunitario en Ecuador y Nicaragua (Escalera Reyes, 2010). Aunque la etiqueta turismo comunitario pueda parecer muy amplia y vaga, Ruiz Ballesteros y su equipo la han utilizado para denominar las actividades turísticas impulsadas por comunidades que adoptan una organización empresarial y consideran que constituye una estrategia alternativa para el desarrollo social, económico y cultural (Ruiz y Solís 2007: 13). En otro artículo (Ruiz et al. 2008) en base a la experiencia de cinco comunidades ecuatorianas, tanto de la costa, como de la sierra y la amazonía, han mostrado cómo el *Community-Based Tourism* fortalece las estructuras locales y debe ser considerado como un proceso de “traducción”, y no de “adaptación”, al mercado. El trabajo de Ruiz Ballesteros en Ecuador sobre el turismo rural comunitario se ha materializado en diferentes publicaciones, entre las que hay que destacar las referidas a su trabajo en la comunidad de Agua Blanca, en la costa de Ecuador (Ruiz Ballesteros, 2009 y 2011) y la isla de Floreana (Galápagos) (Ruiz Ballesteros y Cantero Martín, 2011).

Desde la misma Universidad, José María Valcuende del Río, junto a DeLla Cruz Quispe (2009) se ha centrado en comprender el papel que juegan las ONG (Organizaciones no gubernamentales) en contextos turísticos, analizando el caso de la amazonía peruana. A partir de un estudio micro, intentan comprender los contextos globales de las intervenciones de las ONG en materia de turismo, la visión de los interventores sobre los intervenidos y viceversa, las expectativas que se generan entorno a los proyectos y sus consecuencias.

Proveniente de los estudios del turismo y el patrimonio en la costa levantina, María José Pastor Alfonso, se ha trasladado a Venezuela y México para estudiar el turismo comunitario. En Chiapas, en la Selva Lacandona, desde finales de la década pasada, ha codirigido un equipo mixto con la Universidad Intercultural de Chiapas centrado en definir los impactos del turismo rural comunitario (Pastor y Gómez, 2010), y en identificar el patrimonio comunitario susceptible de ser utilizado como recurso turístico en la zona (Pastor, 2011). Sus investigaciones en el área han generado productos bibliográficos y audiovisuales. Cabe destacar el esfuerzo por publicar estos textos no solo en castellano y valenciano, sino también en tzotzil, lacandón, ch’ol y tzeltal, con el objetivo de hacerlos accesibles a la población local y generar nuevas dinámicas socio-económicas.

En el continente africano, concretamente en lugares como la Reserva Nacional de Maasai Mara (Kenia), también han realizado trabajo de campo antropólogos españoles interesados en entender los cambios que introduce el turismo en la auto-representación de las culturas locales. Partiendo de las actitudes, conductas, evaluaciones morales y percepciones de los turistas en relación a la “autenticidad” de las prácticas maasai, Alfredo Francesch rechazando las interpretaciones esencialistas, las ha analizando en su interacción dentro de entornos más amplios (Francesch, 2011).

Estas conversiones de un buen número de antropólogos españoles americanistas, africanistas y especializados en patrimonio al mundo del turismo en contextos de desarrollo, también han venido acompañadas de una mayor preocupación por parte de antropólogos dedicados al estudio del patrimonio por los debates que suscita el binomio turismo/desarrollo. Muestra de ello son dos artículos publicados durante la última década. El primero, escrito por Llorenç Prats (2003), discute la causalidad y la metodología de proyectos encaminados a reconciliar patrimonio, turismo y desarrollo. A su modo de ver, la mayoría de proyectos de desarrollo local basados en los usos turísticos del patrimonio obedece a los intereses convergentes de las administraciones y los técnicos, pero no a las demandas de la población local. Ante esta realidad, el turismo puede representar ingresos, vitalidad y relevancia política para el patrimonio, pero también conflictos provocados por un mercantilismo abusivo.

En una línea parecida se sitúa la reflexión más reciente de Elías Zamora Acosta sobre el patrimonio cultural y el desarrollo. Desde su perspectiva, la conversión del patrimonio cultural en recurso cultural y en

objeto de mercado, ha comportado beneficios para las sociedades rurales descapitalizadas y despobladas. El patrimonio puede ser activado con fines turísticos en las estrategias de desarrollo territorial, sin embargo debe ser gestionado de forma participativa. La gente del territorio debe liderar el proceso de cambio. En ningún caso debe tratarse de un desarrollo impuesto por criterios ilustrados ajenos a la realidad local (Zamora, 2011).

Siguiendo de cerca estas conversiones y preocupaciones por el turismo y el desarrollo, una nueva generación de antropólogos y antropólogas está iniciándose en la investigación etnográfica a partir del estudio de casos concretos en contextos latinoamericanos y africanos.

En América Latina, María Eugenia Mellado, estudiante de doctorado de la Universidad de Lleida, plantea la polémica relación entre turismo y desarrollo en el archipiélago de las Perlas (Panamá), un conjunto de islas que experimenta el inicio y apogeo de un modelo turístico residencial promovido por las políticas públicas y de cooperación en materia de desarrollo del área (Mellado, 2012). Como en otros casos (*cf.* Aledo, 2008), se trata de proyectos, liderados principalmente por grupos empresariales nacionales y extranjeros, que se concretan en la compra de suelo, la producción de viviendas y la venta de las mismas (Aledo, 2008). A partir de la etnografía Mellado analiza la reacción de las comunidades isleñas a los proyectos inmobiliarios así como las respuestas gubernamentales y privadas.

La promoción de este modelo turístico en las islas y costas de América Latina es una de las principales problemáticas con las que se encuentra hoy la antropología interesada en el estudio de la relación entre turismo y desarrollo en ese continente. Es por ello que tesis como la de Claudio Milano (2013), de la Universidad Autónoma de Barcelona, centrada en analizar el proceso de turistificación promovido por inversionistas extranjeros en la comunidad isleña de la Ilha Grande de Santa Isabel (nordeste brasileño), son necesarias para aportar datos etnográficos que nos permitan entender el alcance de estas políticas de promoción turística en contextos sumamente especulativos.

En otro contexto lejano, en Madagascar, la antropóloga Fabiola Mancinelli realizó una tesis doctoral en la Universidad de Barcelona sobre los efectos del turismo en la sociedad zafimaniry. Efectos que según la investigadora se traducen en un desajuste entre dos realidades: por un lado, la imaginada por los turistas y promovida por los gestores del patrimonio y, por el otro, la vivida por la población local. Y efectos que se concretan en la turistificación gradual de la identidad zafimaniry hacia formas de folclorización (Mancinelli, 2011).

En definitiva, todos estos trabajos de investigación muestran que, como ha sugerido Nogués (2005), el turismo, al promover un nuevo régimen de producción del espacio y del tiempo, puede ser abordado desde varias perspectivas. En primer lugar, su estudio puede ayudarnos a comprender los procesos de cambio en toda su complejidad social y cultural. En segundo lugar, nos permite un análisis semiológico de las narrativas y metáforas generadas por la expansión global de sus imaginarios, discursos y modalidades. En último lugar, puede ser abordado desde la economía política como un factor que promueve el neoliberalismo, la ruptura de la continuidad ecológico-cultural de los territorios y la integración supranacional (2005: 33 y 34). Partiendo de varias etnografías realizadas en el contexto mediterráneo, Nogués (2012) profundiza en su análisis proponiendo dos hipótesis de trabajo que pueden inspirar futuras etnografías sobre turismo y desarrollo. En primer lugar, plantea que las prácticas sociales y culturales vigentes están orientadas por la presencia de un turismo de larga duración. En segundo lugar, afirma que el espacio turístico media la manera de percibir y entender estas prácticas. Quizás por todos estos motivos el turismo ha sido un tema de interés para los profesionales dedicados a la antropología social del Estado español, tanto para los que trabajan en contextos rurales e indígenas, como para los que trabajan en las urbes del viejo mundo.

2. Algunos porqués de la turistificación de la antropología del desarrollo en el Estado español

Si bien es cierto que no podemos dar la espalda al estudio del turismo en razón de su poder de transformación espacial y social, existen otros tres motivos que explican este renovado interés de los antropólogos españoles por el turismo y su relación con el desarrollo tanto en España como en América Latina.

Una primera explicación de este giro hacia el estudio del turismo y su relación con el desarrollo, es el prestigio que ha ido ganando el estudio del turismo en el mundo académico. En tan sólo dos décadas hemos pasado de una situación en la que, a pesar de la relevancia económica y demográfica de esta actividad, las ciencias sociales no le prestaban ni atención teórica ni empírica (Crick, 1992: 347), a una situación en la que su consideración es inevitable.

Es probable que tal y como imaginaba Boissevain (1996), el rechazo inicial por estudiar el turismo obedeciera a las ganas de realizar trabajos de campo en lugares remotos, alejados de los emplazamientos turísticos y auténticos, es decir, en sociedades campesinas y tradicionales no corrompidas por las fuerzas

externas. O, como insinuaba Crick, era un tema banal por el método utilizado por los antropólogos que lo documentaban (1985 y 1995). Pero el resultado siempre era el mismo: en épocas pasadas el turismo era considerado por algunos académicos como un tema poco serio (Nogués, 2009: 44).

Aunque la antropología del turismo empezó en los años 1970 con los trabajos de Smith (1978), Graburn (1983) y Nash (1981) y la creación de la revista *Annals of Tourism Research* en 1973, en la última década asistimos a una multiplicación de publicaciones, seminarios y conferencias, tanto en el mundo anglosajón como francófono, que enaltecen el papel del turismo en el entendimiento del cambio social y cultural. En Inglaterra ilustra este fenómeno la elección del tema *Thinking through tourism* para la conferencia de la ASA (Association of social anthropologist of the UK and Commonwealth) de 2007. En Francia, Bélgica y Canadá evidencia este interés la proliferación de números temáticos dedicados al turismo en revistas como *Anthropologie et Sociétés* (2001), *Ethnologie Française* (2005), *Autrepart* (2006), *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* (2007), *Civilisations* (2008), *Cahiers d'Etudes Africaines* (2009) y *Cahiers des Amériques Latines* (2010).

En España este interés académico también se ha manifestado en la publicación de revistas como Pasos, o con números monográficos dedicados al turismo (Revista Ankulegi, 2009; Política y Sociedad, 2005). En los estudios de grado en antropología social de algunas Universidades –como la de Barcelona, Sevilla, Complutense de Madrid– se han introducido asignaturas optativas dedicadas al turismo. A nivel de postgrado, por un lado, la Universitat Autònoma de Barcelona oferta un Máster en Turismo y Humanidades desde el año 2013 con una asignatura en Antropología y turismo, por el otro, el Máster en Investigación Antropológica y sus Aplicaciones de la UNED (Universidad Nacional de Estudios a Distancia) ofrece la asignatura “Antropología del turismo: fundamentos teóricos y líneas de trabajo” con el fin de ilustrar las posibilidades de investigación que brinda esta subdisciplina.

Otro buen ejemplo del interés que ha suscitado el turismo, y concretamente su relación con el desarrollo es la emergencia de redes sectoriales dedicadas a este binomio. Entre estas últimas destaca la Red Internacional de Investigadores en Turismo, Cooperación y Desarrollo (COODTUR), la cual en 2009 –gracias a los esfuerzos del Grupo de Investigación de Análisis Territorial y Estudios Turísticos de la Universidad Rovira y Virgili junto al Centro de Cooperación para el Desarrollo Rural de la Universidad de Lleida– organizó su I Congreso en Vilaseca (Tarragona). Este y los posteriores encuentros organizados por la red constituyen un importante hito en los estudios sociales sobre la relación entre turismo, desarrollo y cooperación española en los países del Sur y un espacio de diálogo entre antropólogos, geógrafos, sociólogos y economistas.

Una segunda explicación de la turistificación de la antropología del desarrollo la encontramos en la expansión del turismo y de grandes inversiones de promoción turística en el espacio latinoamericano. Desde la segunda mitad del siglo XX, el turismo es un fenómeno muy importante a nivel global, pero en la actualidad, a pesar del contexto de crisis en el que viven las sociedades occidentales, no deja de crecer. Tal y como nos recuerda la Organización Mundial del Turismo (OMT), el pasado año a nivel mundial las llegadas de turistas internacionales crecieron un 5% hasta alcanzar los 1.087 millones. Para 2014, la OMT prevé un crecimiento de entre el 4% y el 4,5%⁵.

En la región latinoamericana, una de las más frecuentadas por los antropólogos españoles, con un crecimiento del 5% en las llegadas de turistas en 2013, tanto los agentes privados como las políticas públicas se han encaminado a promover actividades de inversión turística. Ante los ojos de algunos investigadores, la realidad latinoamericana del presente recuerda la del mediterráneo en los años 1970, cuando países como España apostaron por una estrategia de modernización que contemplaba el binomio turismo/desarrollo. Partiendo de los paralelismos que pueden establecerse entre estas realidades distintas pero convergentes, investigadores como Cañada y Blásquez (2011) en las Islas Baleares, el Caribe, Centroamérica y México, y Antonio Aledo Tur junto a Tristan Louloum en Brasil (Aledo Tur, 2008; Louloum, 2010; Demajorovic, Aledo y Landi, 2011), han reflexionado críticamente sobre los efectos de la turistificación de las sociedades sobre la economía y el medioambiente⁶.

El tercer factor que explica el interés del turismo por parte de los antropólogos del desarrollo es su introducción en la agenda política de los organismos dedicados a la cooperación al desarrollo. Desde hace más de una década, un gran número de proyectos de cooperación promueve el turismo comunitario (muchas veces impulsados por programas de agencias internacionales como el BID o el Banco Mundial) y existen fondos para trabajar analíticamente estos nuevos temas a partir de la elaboración de diagnósticos o planes estratégicos.

El crecimiento del turismo en la cooperación al desarrollo es una realidad compleja en el caso de los fondos de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Según Salvador Palomo –a pesar de no aparecer en las estadísticas por no ser considerado un tema central– los proyectos con componentes en turismo financiados por la AECID son numerosos. Al analizar las líneas

estratégicas de la cooperación bilateral española en los cuatro Planes Directores de Cooperación ideados por la AECID para el periodo 2001-2016, los estudios de Palomo (2012) y de Marta Nel·lo Andreu junto a Yolanda Pérez Albert (2014) muestran que aunque el turismo no ha sido incorporado como una prioridad sectorial hasta 2009, durante los dos primeros planes fue objeto de financiación al promover la preservación del patrimonio cultural o actuaciones de apoyo a la micro empresa con dotación en infraestructuras. En el tercer plan (2009-2012) se plantea analizar la aportación de la cultura a las distintas actuaciones de cooperación al desarrollo, tanto en sus dimensiones más simbólicas como en las más tangibles (economía, empleo, turismo) (Palomo 2012). Finalmente, en el Plan Director vigente el turismo aparece como una línea de acción y un sector estratégico en el seno de la orientación general “Promover oportunidades económicas para los más pobres”. Concretamente se propone promover

“sectores estratégicos o con gran potencial de desarrollo, como por ejemplo, la energía y, en particular, las energías renovables -siguiendo la iniciativa de Naciones Unidas Energía Sostenible para Todos-, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs), la pequeña, mediana y gran infraestructura, el turismo sostenible o el transporte, según las demandas locales” (MAEC, 2013: 23).

Ciertos organismos internacionales ven el turismo como una opción fácil para el desarrollo. Hace tan solo unos meses, la OMT (Organización Mundial del Turismo) aseguraba que “el turismo sostenible es un aliado de la erradicación de la pobreza en Centroamérica”. Esta renovada creencia en las bondades del turismo se refleja en la resolución de las Naciones Unidas sobre Turismo sostenible y desarrollo sostenible en Centroamérica. Una resolución aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas durante su 68º periodo de sesiones en 2013, que trata de dar un paso importante en la integración generalizada del turismo sostenible en la agenda de desarrollo internacional. Y, una resolución que intenta marcar los objetivos de desarrollo sostenible que se establezcan cuando en 2015 venzan los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas para el Milenio (ODM).

La OMT ve una relación directa entre el crecimiento del turismo en el área y la reducción de la pobreza extrema. Según sus datos, el turismo internacional en Centroamérica creció significativamente en los últimos años. En 2012, Centroamérica recibió casi 9 millones de turistas internacionales, que generaron 8.000 millones de dólares de los EE.UU. en ingresos, cuando en el año 2000 la cifra de llegadas era de 4,3 millones de llegadas y los ingresos de 3.000 millones de dólares. Hoy en día, el turismo internacional representa hasta un 17% del total de exportaciones de Centroamérica.⁷ Estos datos se correlacionan con los proporcionados por el Programa de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo (PNUD) según los cuales, entre el periodo comprendido entre el año 1990 y el 2010, se produce una reducción de la pobreza extrema en la región centroamericana. En los últimos 20 años las tasas de pobreza extrema de América Latina y el Caribe se han reducido a la mitad, es decir, se ha pasado de un 12% a un 6% de personas que viven con menos de 1,25 dólares al día (PNUD, 2013).

A pesar de que la OMT vea una relación de causalidad entre estos datos, desde la antropología social se ha abordado la controversia entorno a la relación del turismo con el desarrollo⁸ cuestionando la idea de que el turismo constituya una fuente de crecimiento económico (Turner, 1976; Turner y Ash, 1975; Young, 1973), demostrando que podía tener impactos económicos y sociales muy desiguales (Britton, 1981, 1982; Bryden, 1973; Hills y Lundgren, 1977; Salazar, 2006), y adoptando una postura pesimista en relación a su relevancia⁹.

Esta aproximación pesimista también ha dado sus frutos en España. Durante la última década, antropólogos como Jordi Gascón han trabajado sobre el binomio cooperación al desarrollo y turismo desde un punto de vista crítico (Gascón 2007, 2008, 2009c; Gascón y Cañada 2005 y 2007). Concretamente abordando los debates entorno a los instrumentos más adecuados para incidir en las políticas corporativas de las transnacionales, la creación de certificaciones para promover unos mínimos requerimientos laborales, medioambientales o sociales (Gascón y Cañada 2008), la despolitización del turismo solidario y el comercio justo (2009), y, sobretudo, estudiando detalladamente estrategias ideadas por organismos de cooperación para combatir la pobreza: el programa ST-EP promovido por la Organización Mundial del Turismo (O,), y la línea de intervención *Pro-Poor Tourism*, impulsada por la cooperación británica a finales de los años 1990 (Gascón 2009a y 2000).

En colaboración con Buades y Cañada, colegas provenientes de otras disciplinas, Gascón ha analizado críticamente el rápido crecimiento del turismo -incluso en tiempos de crisis económica y energética (Buades, Cañada y Gascón, 2012). A partir del concepto de tasa de retorno, es decir, los beneficios de la actividad turística que no permanecen en el lugar de destino, sus trabajos muestran que en los países en desarrollo esta tasa es muy elevada y, por lo tanto, no influye en el desarrollo del país. En su libro, ponen de manifiesto que el turismo infravalora sus costos, sobredimensiona los beneficios y crea conflictos a nivel local.

En un reciente artículo, Gascón (2013) discute la validez del turismo comunitario (*community-based tourism*, CBT) como una estrategia de reducción de la pobreza en el mundo rural. Sirviéndose del concepto de *Social Vocation of the Territory* (SVT) muestra que el turismo comunitario está limitado por la creciente diferenciación social campesina, los problemas en la toma de decisiones locales, el malestar social, la falta de formación en turismo a nivel local, la reestructuración del tiempo y del trabajo. Dando continuidad al tema de los impactos del turismo en el sector agrario-campesino, Gascón acaba de publicar un libro junto a Diana Ojeda (Gascón y Ojeda, 2014) en el que entroncan los debates y análisis que se están dando en los estudios rurales en relación a la (re)valoración de la economía campesina con los que se producen desde los estudios turísticos.

Además de los trabajos realizados desde el *critical turn* de los estudios del turismo inspirado por la obra de Ateljevic, Pritchard y Morgan (2007) y con una agenda centrada en justicia social discutida en congresos desde 2005 hasta el último celebrado en Sarajevo el 2013, es también pertinente mencionar la abundante literatura sobre los impactos del turismo que también ha tenido en cuenta la cuestión del desarrollo. Asumiendo que el turismo puede desarrollarse de maneras muy diferentes y que procesos similares aplicados a contextos diferentes pueden dar lugar a impactos diferentes (Pearce, 1986), el procedimiento general para el estudio de los impactos del turismo ha consistido en empezar considerando los tipos de turismo, turista y desarrollo turístico. Siguiendo el modelo propuesto por Pearce (1986), se ha examinado el contexto del desarrollo (medio ambiente, sociedad, cultura, economía, etc.), valorado el desarrollo del turismo cuantitativa y cualitativamente, realizado previsiones futuras del desarrollo del turismo e identificado las diferencias entre la valoración y las previsiones. Finalmente, se han ordenado los resultados de estos análisis teniendo en cuenta tres categorías: impactos económicos (costos y beneficios que resultan del desarrollo y uso de los bienes y servicios turísticos); físicos (alteraciones espaciales y ecológicas); y, socio-culturales (cambios en las estructuras sociales y en las formas de vida de los residentes) (Santana, 1997: 69-70).

Los resultados que han evocado los estudios realizados desde el *critical turn* y los impactos del turismo en España, muestran la vitalidad de una nueva antropología social preocupada por los procesos de cambio. Todos ellos han sido motivados por la incorporación –la mayoría de veces de una forma completamente acrítica– del turismo en las agendas de los organismos de desarrollo y cooperación internacional.

3. Conclusiones

En este artículo además de presentar el amplio abanico de investigaciones que se realizan desde la antropología social española sobre la polémica relación entre desarrollo y turismo, he intentado explicar porqué durante la última década la antropología del desarrollo se ha acercado al estudio del turismo. Como hemos podido apreciar, múltiples son las razones que explican este giro. Las tendencias académicas, las políticas públicas en materia de cooperación al desarrollo y las crecientes inversiones en el área Latinoamericana son algunas de las más importantes. Existen sin embargo muchas otras que pueden explicar el cambio de problemáticas y de regiones de estudio, razones coyunturales de carácter personal o vinculadas a cuestiones de oportunidad profesional que escapan a este análisis.

Investigar sobre los efectos del turismo en el desarrollo de un pueblo o un Estado no es tarea fácil. Muchos son los impactos, no sólo de carácter económico y social, que puede comportar la movilidad de personas a nivel mundial, y muchos son los sentidos del concepto desarrollo. En algunos contextos está muy vinculado a la idea de crecimiento económico, en otros al bienestar social. Pero el desarrollo nunca se presenta como un bien que se reparte de forma equitativa entre todos los ciudadanos y ciudadanas. Como ha mostrado la antropología social en España y en otros muchos lugares, el turismo no siempre supone un incremento de los ingresos de los sectores más marginales de la población, a veces incluso puede incrementar la desigualdad social y comportar consecuencias negativas sobre el medio ambiente.

La antropología social, y especialmente el método etnográfico, ocupa una posición privilegiada para documentar los cambios que experimentan las sociedades, tanto receptoras como emisoras de turistas, marcadas por intervenciones a favor del desarrollo. Vivimos en un mundo en el que el turismo es utilizado como pretexto por los capitales –y las personas que los poseen– para expandirse por una geografía cada vez más amplia. En este mundo globalizado la construcción patrimonial, la tradición y la cultura se inscriben en una relación dialéctica entre el grupo y el exterior. Tal y como nos recuerda Maïté Boullosa-Joly (2010), el turismo permite que estos elementos se crucen con cuestiones de poder, autoridad e identidad. La antropología social, gracias a su perspectiva holística y a la consideración de múltiples puntos de vista, nos brinda los elementos necesarios para abordar esta gran complejidad cultural, política y económica.

4. Agradecimientos

La elaboración del presente artículo se ha realizado en el marco del contrato Postdoctoral del Subprograma Juan de la Cierva 2011 (Ministerio de Economía y Competitividad, España). Doy las gracias a mis colegas Jordi Gascón y Llorenç Prats por los comentarios y sugerencias durante la elaboración de este texto. Las posibles deficiencias son de mi exclusiva responsabilidad.

Bibliografía

- Aledo Tur, A.
 2008 “De la tierra al suelo: la transformación del paisaje y el nuevo turismo residencial”, *Arbor Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 729: 99-113.
 Ateljevic, I., Pritchard, A. y Morgan, N.(eds)
 2007 *The Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methodologies*. Amsterdam: Elsevier.
 Asensio, R. H. y Pérez Galán, B.
 2012 ¿El turismo es cosa de pobres? Patrimonio Cultural, pueblos indígenas y nuevas formas de turismo en América Latina. Colección Pasos Edita n.º. 7: Universidad de la Laguna.
 Baidal, J.
 2007 “El turismo en América Latina y el Caribe”. En: PARDO, G. Y PEDREÑO, A. (eds.) *América Latina en la encrucijada de la inserción internacional* (p. 125-150). Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
 Boissevain, J. (Dir)
 1996 *Coping with tourists. European reactions to mass tourism*. Oxford: Berghahn.
 Boulloua-Joly, M.
 2010 “Tourisme, patrimonialisation et politique: un cas d'école : « La fête nationale de la Pachamama » (Nord-Ouest argentin)”. *Cahiers des Amériques Latines*, 65: 95-112.
 Britton, S.G.
 1982 “The political economy of tourism in the Third World”. *Annals of Tourism Research*, 9(3): 331-358.
 Britton, S.G.
 1981 “The spatial organization of tourism in a neo-colonial economy: A Fiji case study”. *Pacific Viewpoint*, 21(2): 144-165.
 Bryden, J.M.
 1973 *Tourism and development: A case study of the Commonwealth Caribbean*. Londres: Cambridge University Press.
 Buades, J., Cañada, E., Gascón, J.
 2012 *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. Madrid: Foro Turismo Responsable.
 Callejo, J., Gutierrez, J., y Viedma, A.
 2005 “El proceso de constitución de España en una sociedad turística”. *Política y Sociedad*, 42 (1): 151-168.
 Cañada, E.
 2010 *Turismo en Centroamérica, Nuevo escenario de conflicto social*. Albasud/PRISMA. Versión digital: <http://albasud.org/publ/docs/32.low.pdf> Último acceso: el 18-10-11
 Cañada, E. y Gascón, J.
 2007 *Turismo y Desarrollo. Herramientas para una mirada crítica*. Managua: Enlace.
 Cañada, E. y Macia, B. (Eds.)
 2011 *Turismo placebo: nueva colonización turística: Del Mediterráneo a Mesoamérica y El Caribe. Lógicas espaciales del capital turístico*. Managua: Edisa. <http://albasud.org/publ/docs/41.pdf>
 Crick, M.
 1985 “‘Tracing’ the anthropological self’ quizzical reflections on field work tourism and the ludic”. *Social Analysis*, 17: 71-93.
 1995 *The anthropologist as tourist: an identity in question*. En M-F Lanfant, Allcock y Brunner (coord.) *International tourism: identity and change* (p. 203-223). Londres: Sage Publications.
 1992 “Representaciones del turismo internacional en las ciencias sociales: sol, sexo, paisajes, ahorros y servilismos”. En: F. Jurdao Arrones (comp.) *Los mitos del turismo*, Madrid: Endymion.
 Demajorovic, J., Aledo Tur, A. y Landi, B.
 2011 “Complejos Turísticos Residenciales. Análisis del crecimiento del turismo residencial en el Mediterráneo español y en el Litoral Nordeste (Brasil) y su impacto socio-ambiental”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20: 772– 796.

- Escalera Reyes, J.
2010 "Turismo sostenible, desarrollo local y cooperación internacional: resiliencia, socioecología y articulación regional transfronteriza en el Río San Juan (Nicaragua-Costa Rica)". En: M. Nel-lo Andreu, L. Beas Secall, (coord) Turismo, cooperación y desarrollo (p.66-67), Actas I Congreso COODTUR.
- Francesch, A.
2011 "Una tarde con los auténticos maasai mara. Turismo, autenticidad y de cómo eludir un pozo sin fondo" Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural. Vol. 9 N° 2 págs. 237-248.
- Gascón, J.
1994 "Recreando la propia historia. Luchas campesinas e historia oral en una comunidad del Altiplano Peruano (Isla Amantaní, Lago Titicaca)", García Jordán, P; Izard, M.; Laviña, J, (coord.) Memoria, creación e historia: Luchar contra el olvido (p. 305-318). Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona.
- 1996 "La polémica sobre la Tragedia de los Comunes: Un caso andino". Debate Agrario, vol., núm. 25: 21-35.
- 1999 Gringos como en sueños. Diferenciación y conflicto campesino en el sur andino peruano ante el desarrollo de un nuevo recurso: el turismo. Universitat de Barcelona: Tesis doctoral.
- 2000 "Gringos como en sueños. Diferenciación y conflicto campesino en el Sur Andino Peruano ante el desarrollo de un nuevo recurso: el turismo". Historia Agraria, vol. 21: 237-239.
- 2004a "Rich Peasant, Poor Peasant: Differing Fates of Urban Migrants in Peru". Latin American Perspectives, vol. 31 (5): 57-74.
- 2005 Gringos como en sueños: Diferenciación y conflicto campesino en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- 2007 "Prólogo: El turismo rural comunitario: una herramienta a favor del mundo rural en los países del sur". En: Tudurí, C. (ed.) Turismo responsable: 30 propuestas de viaje (p. 15-17). Barcelona: Editorial Alhena Media.
- 2009a "¿Pro-poor tourism o pro-corporation tourism?: La cooperación internacional como fuente de legitimidad de los intereses transnacionales". En: Cordobés, M.; SANZ, B. (Coord.) Turismo para el Desarrollo (p. 84-97). Barcelona: Obra Social La Caixa.
- 2009b El turismo en la cooperación internacional: de las brigadas internacionalistas al turismo solidario. Barcelona: Icaria.
- 2009c "Pròleg" en: Miralles, J. & Rosselló, A. (eds) El turisme sostenible com a eina de cooperació per al desenvolupament: experiències a Amèrica Central (p. 11-14). Mallorca: Editorial Universitat de les Illes Balears.
- 2013 "The limitations of community-based tourism as an instrument of development cooperation: the value of the Social Vocation of the Territory concept". Journal of Sustainable Tourism, Vol. 21, No. 5: 716-731.
- Gascón, J. y Ojeda, D.
2014 Turistas y campesinado. El turismo como vector de cambio de las economías campesinas en la era de la globalización. Madrid; El Sauzal (Tenerife): Foro de Turismo Responsable; ACA; PASOS, RTPC.
- Gascón, J.; Cañada, E.
2005 Viajar a todo tren. Turismo, Desarrollo y Sostenibilidad. Barcelona: Icaria.
- Gascón, J. y Montagut, X. (Coord.)
2010 Estado, movimientos sociales y soberanía alimentaria en América Latina. ¿Hacia un cambio de paradigma agrario?. Quito, Barcelona: FLACSO, Icaria Editorial, Xarxa de Consum Solidari.
- Gascón, J.; Pérez Berenguer, E.
1997 "El impacto del turismo y de los proyectos de desarrollo de ONG's en la estructura social y económica de dos comunidades andinas". Agricultura y sociedad, num. 84: 225-252.
- Greenwood, D.
1972 "Tourism as an Agent of Change: A Basque Case", Ethnology, 11(1): 80-91.
- Hills, T.L. y Lundgren, J.
1977 "The impact of tourism in the Caribbean: A methodological study". Annals of Tourism Research, 4(5): 248-267.
- Janoschka, M.
2011 "Imaginaris del turismo residencial en Costa Rica". En: Mazón, T., Huete, R. Y Mantecón, A. (eds.) Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial (p. 80-101). Barcelona: Milrazones.
- Janoschka, M y A. Borsdorf
2006 "Condominios fechados and Barrios Privados: the rise of private residential neighbourhoods in Latin America". En: Frantz, K.; C. Webster y G. Glasze (Eds.), Private City Fragments. The global spread of (gated) proprietary neighbourhoods (p. 92-108). Londres: Routledge.

- Jurdao, F.
1992 Los mitos del turismo. Madrid: Endymion.
- Louloum, T.
2010 Con-Dominium. Turismo Residencial Internacional y Desarrollo Inmobiliario en el Nordeste Brasileño. Tesis de maestría inédita, Instituto Agronómico Mediterráneo de Zaragoza, Universidad de Zaragoza.
- MAEC (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación)
2013 IV Plan Director de la Cooperación Española 2013-2016. Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (MAEC), Secretaria de Estado para la Cooperación Internacional y para Iberoamérica. Disponible en http://www.aecid.es/Centro-Documentacion/Documentos/Divulgaci%C3%B3n/iv_plan_director_2013-2016_final2.pdf (Última consulta: 10 de noviembre 2014).
- Mancinelli, F.
2011 Sobre los distintos usos del patrimonio: Anàlisis de dos estudios de caso en Madagascar. En: Prats, Ll. y Santana, A. (coords) Turismo y patrimonio. Entramados narrativos. (p. 87-100). Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Colección pasos edita, no. 5. Universidad de la Laguna.
2013 Zafimaniry: La invention d'une tribu. Art ethnique, patrimoine inmatériel et tourisme dans une communauté de Madagascar. Tesis de doctorado, Universitat de Barcelona.
- Martínez Mauri, M.
2010a "El tesoro de Kuna Yala. Turismo, inversiones extranjeras y neocolonialismo en Panamá". Cahiers des Amériques Latines. 3, 65: 73-88.
2010b "De la antropología del desarrollo a la antropología del turismo: la experiencia de la comarca indígena de Kuna Yala (Panamá), un paraíso turístico en desarrollo." En: Marta Ne-lo (ed.) Turismo, Cooperación y Desarrollo (p. 64-65), Tarragona: Publicacions de la Universitat Rovira i Virgili.
- Medina, F. X. y R. Sánchez
2005 "Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España". Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural Vol. 3 N° 1: 97-107.
- Mellado, M.E.
2012 "El turismo como eje de intervención en las políticas de cooperación para el desarrollo. El caso de Panamá y el archipiélago Las Perlas". En: C. Larrea Killinger y M. Martínez Mauri, Contribuciones Antropológicas al Estudio del Desarrollo (p. 81-97). Barcelona: Editorial UOC.
- Milano, C.
2013 "De espacio rural a espacio turístico: una etnografía del desarrollo en el Delta de Parnaíba (Brasil)". Quaderns-e, 18 (1): 128-143.
- Nel·lo Andreu, M. y P rez Albert, Y.
2014 "La formación curricular y la investigación en Cooperación y Turismo en la Universidad Española", en: Gascón, J.; Morales, S.; Tresserras, J. (2013) "Cooperació en turismo: Nuevos desafíos, nuevos debates" (p. 65-85). Editores: Foro de Turismo Responsable, Universitat Oberta de Catalunya, Universitat de Barcelona y COODTUR, Barcelona.
- Nogués Pedregal, A.M.
2005 "Etnografías de la globalización. Cómo pensar el turismo desde la antropología". Archipiélagos, cuadernos de crítica de la cultura, 68: 33-38.
2006 "Ruralismo y tecnotropismo: turismo y desarrollo en la Bonaigua". Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural, Vol. 4 : 53-68.
2009 "Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo". Pasos, 2009, vol. 7 (1): 43-56.
- Nogués Pedregal, A.M. (Ed)
2012 Culture and society in tourism contexts. UK: Emerald.
- Palou, S.
2014 "The Anthropological Study of Tourism in Spain: Notes about a brief anthropological culture dedicated to the study of tourism". Anthropology News, 55 (9-10): 31.
- Pastor Alfonso, M. J.; (Coord.)
2011 Interpretación del patrimonio: comunidades, territorio y turismo en la selva lacandona. Alicante: Aguaclara.
- Palomo, S.
2012 "La financiación de proyectos de cooperación al desarrollo turístico en el marco de los planes directores de cooperación en España", en Navarro, E. et al. Cooperación y turismo: intenciones y olvidos. Experiencias de investigación a debate (p. 113-125). Málaga: Universidad de Málaga COODTUR.
- Pastor Alfonso, M. J. y Gómez López, D.
2010 Impactos socioculturales en el turismo comunitario: una visión desde los pueblos implicados (selva lacandona, Chiapas, México). Alicante: Aguaclara.

- Pastor Alfonso, M.J.
2012 "Turismo y cambio en el entorno de los lacandones. Chipas, México", Pasos: Revista De Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 10, Nº. 1: 99-107.
- Pearce, D.
1988 [1986] Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográficas. México: Trillas.
- Pérez Galán, B.
2003a "Dimensiones culturales del desarrollo", en Ramírez De Haro, G. et al.) Desarrollo y Cooperación en zonas rurales de América Latina y Africa. Para adentrarse en el bosque (p. 241-256). Madrid: Los Libros de la Catarata.
- 2003b "Escenificando tradiciones incas: turistas e indígenas en el Cuzco Contemporáneo", Pérez Galán, B.; Dietz, G. (eds.) (2003) Globalización, resistencia y negociación en América Latina (p. 143-166). Madrid: Libros de la Catarata.
- 2008 "El patrimonio inmaterial en proyectos de desarrollo en comunidades indígenas de los Andes Peruanos", Revista Electrónica de Patrimonio Histórico, vol. 3 (1): 2-21.
- 2009 "El discurso de las instituciones de Cooperación al Desarrollo sobre los indígenas y su cultura", López García, J.; Gutiérrez Estévez, M. (eds.) América Indígena ante el siglo XXI. Madrid: Siglo XXI.
- Pereiro, X.
2011 "El turismo como patrimonio cultural imaginario. Reflexiones a partir del caso del turismo kuna". En: Prats, Ll. y Santana, A. (p. 21-35).
- 2012 "El turismo indígena guna (Panamá). Imaginarios y regímenes de mentira de las guías turísticas internacionales". Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 21: 945-962.
- Pereiro, X. Y De León Inawinapi, C.
2007 Los impactos del turismo en Kuna Yala. Turismo y Cultura entre los Kuna de Panamá. Madrid: Editorial Ramón Areces.
- 2012 "Museos, representaciones glocales de la cultura guna y turismo". Tareas, 141: 75-97
- Pereiro, X.; De León, C; Martínez Mauri, M.; Ventocilla, J y Del Valle, Y.
2012 Los turistores kunas. Antropología del turismo étnico en Panamá. VIII Premio Internacional de Estudios turísticos Gabriel Escarrer. Universitat de les Illes Balears, edicions UIB.
- Pereiro, X.; Ventocilla, J. y Martínez, M.
2010 "Turismo Étnico: el caso de Kuna Yala (Panamá)". Revista Turismo e Desenvolvimento – Journal of Tourism and Development. núm 13: 143-149.
- Pi-Sunyer, O.
1978 Through Native Eyes: Tourists and Tourism in a Catalan Maritime Community. En: Smith, V. (ed) Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism. (p. 149-155). Oxford UK: Blackwell.
- PNUD
2013 Informe 2013. Objetivos de Desarrollo del Milenio. <http://www.undp.org/content/undp/es/home/librarypage/mdg/the-millennium-development-goals-report-2013.html> (última consulta: 10 noviembre 2014)
- Prats, Ll.
2003 "Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?". Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural, vol. 1, no 2: 127-136.
- Prats, Ll. y Santana, A. (Coords)
2011 Turismo y patrimonio. Entramados narrativos. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Colección pasos edita, no. 5. Universidad de la Laguna.
- Ruiz Ballesteros, E.
2009 Agua Blanca: Comunidad y turismo en el Pacífico ecuatorial. Quito: Abya-Yala.
- 2011 "Socio-ecological resilience and community-based tourism: An approach from Agua Blanca, Ecuador". Tourism Management, 32: 655-666.
- Ruiz Ballesteros, E.; Hernández, M.; Coca, A.; Cantero, P. y Del Campo, A.
2008 "Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad". Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 6(3): 399-418.
- Ruiz Ballesteros, E. y Solís Carrión, D. (Coords.)
2007 Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad Social. Quito: Abya-Yala.
- Ruiz Ballesteros, E. y Cantero Martín, P.A.
2011 "Entre Darwin, la baronesa y el cucuve. El desarrollo del turismo de base local en Floreana (Galápagos)". En: Prats, L. y Santana, A.: 71-87.
- Salazar, N.B
2006 "Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo". Tabula Rasa, no. 5: 99-128.
- Santana, A.
1997 Antropología y Turismo ¿Nuevas Hordas, Viejas Culturas? , Barcelona: Ariel.

- Sharpley, R. Y Telfer, D.J. (Ed)
2002 *Tourism and development. Concepts and issues*. Clevedon: Chanel View Publications.
- Smith, V.L., (Ed.)
1992 [1977; 1989] *Anfitriones e invitados*. Madrid: Endymion.
- Turner, L.
1976 "The international division of leisure: Tourism and the Third World". *World Development*, 4(3): 253-260.
- Turner, L. y Ash, J.
1975 *The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery*. Londres: Constable.
- Valcuende Del Río, J.M. y L. De La Cruz Quispe
2009 "Turismo, poblaciones locales y organizaciones no gubernamentales: un análisis de caso en Madre de Dios (Perú)". *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol.: 7, Núm. Turiscòpia.
- Young, G.
1973 *Tourism: Blessing or blight?* Harmondsworth, Penguin.
- Zamora Acosta, E.
2011 "Sobre patrimonio y desarrollo. Aproximación al concepto de patrimonio cultural y su utilización en procesos de desarrollo territorial". *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 9 N° 1: 101-113.

Notes

- ¹ En este mismo contexto etnográfico, Gascón también ha analizado los cambios y adaptaciones del sistema de compadrazgo (2004a), las transformaciones de la dieta alimenticia (2000), la historia oral entorno a las luchas campesinas (1994). Superando los trabajos gestados desde la óptica de la tragedia de los comunes, en lugar de entender la ineficacia en la gestión de recursos como la pesca y el pasto en relación exclusivamente al sistema de propiedad de la tierra, Gascón lo ha relacionado con otras variables (características del recurso, inmersión en el sistema de mercado, intereses puntuales de los propietarios, etc.) (Gascón 1996). Este investigador (2004b) también reflexiona sobre las conexiones entre el mundo urbano y el mundo de origen de los migrantes del campo peruano. Según él no se puede entender el éxito o fracaso económico de estos migrantes sin tener en cuenta su estatus socioeconómico en la comunidad de origen.
- ² Proyecto "Estudio estratégico del turismo en Kuna Yala (Panamá)" financiado por la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología de Panamá (SENACYT) CID07-009, gestionado por la Universidad De Trás-Os-Montes e Alto Douro (UTAD), 2008-2011.
- ³ Hasta el año 2011 en la literatura etnográfica eran conocidos como kunas, cunas, dules o tules. Este cambio se debe a la decisión del Congreso General Guna de adoptar la "g".
- ⁴ De esta investigación inicial, ha derivó, el año 2009, un nuevo proyecto con la ONG comunitaria Asociación Gardi Sugdup llamado "La avifauna del sector occidental de Kuna Yala: Inventario, Enotaxonomía y Ecoturismo", también financiado por la SENACYT, (CCP09-015). Este segundo proyecto, mucho más concreto y acotado a la realidad de una comunidad kuna, pretendía crear instrumentos para desarrollar un modelo de turismo adecuado a la realidad ecológica, social y económica de la región. En 2011 el proyecto continúa gracias a un nuevo financiamiento de la SENACYT para fortalecer la formación de guías en observación de aves (CVP11-13).
- ⁵ <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-01-20/el-turismo-internacional-supera-las-expectativas-con-52-millones-llegadas-a> (última consulta: 14 mayo 2014)
- ⁶ Estas nuevas realidades también han despertado el interés de muchos investigadores de las ciencias sociales. A modo de ejemplo podemos citar los trabajos de Michael Janoschka (Departamento de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Autónoma de Madrid), sobre las nuevas formas de movilidad y estilos de vida (lifestyle mobility) en Costa Rica (2011) o en América Latina en general (Janoschka y Borsdorf, 2006).
- ⁷ <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-01-09/asamblea-general-de-las-naciones-unidas-el-turismo-puede-fomentar-el-desarr> (última consulta: 28 octubre 2014)
- ⁸ Para una interesante compilación sobre la relación entre turismo y desarrollo desde los *development studies* cf. Sharpley y Telfer, 2002
- ⁹ Para una excelente síntesis de los puntos de vista desde los que se ha estudiado, descrito y analizado el turismo, cf. Santana, 1997: 19-24.

Recibido: 19/05/2014

Aceptado: 03/12/2014

Sometido a evaluación por pares anónimos

Políticas públicas de cultura e turismo, e sua influência na profissionalização de grupos tradicionais. O caso dos Maracatu de Pernambuco, Brasil

Carla Borba*
UFPE(Brasil)

Margarita Barretto*
Universidad Federal de Santa Catarina (Brasil)

Resumo: O presente artigo apresenta os resultados de uma pesquisa que teve como objetivo analisar as políticas públicas de cultura e turismo em relação aos produtores de cultura, buscando entender os efeitos das primeiras nos grupos tradicionais, focando no caso dos maracatus de Pernambuco. Tratou-se de uma pesquisa etnográfica e documental, com entrevistas aos líderes dos maracatus, agentes culturais e agentes turísticos, assim como análise dos documentos referentes às políticas públicas do estado. Foi possível constatar o direcionamento das políticas públicas para a valorização dos maracatus como produtos culturais e o rebatimento desta ação na revalorização dos maracatus como elementos da cultura local, assim como no empoderamento dos líderes, permitindo sua participação ativa e criadora dentro dos mecanismos do mercado, com a consequente valorização econômica. A pesquisa limita-se aos grupos pernambucanos poranto os resultados não podem ser generalizados; no entanto acenam com a possibilidade de que este processo possa ser encontrado em referência a outros grupos tradicionais no Brasil, onde este tipo de estudo não tem antecedentes.

Palavras-chave: turismo cultural, políticas públicas, folguedos, maracatus, Pernambuco- Brasil

Public policies for culture and tourism and its influence in the professionalization of traditional performers. Case study with Maracatus at Pernambuco, Brazil

Abstract: The article is an outcome of a field research aiming to analyze public policies in tourism and culture and its influence in cultural agents, focussing in traditional performers, in particular Maracatus at Pernambuco State, Brazil. It was an ethnographical and documental research, where interviews with maracatu leaders were held, as well as with cultural brokers and travel agents; also public policies documents were analyzed. It was possible to confirm the existence of public policies oriented to enhance the value of maracatus as cultural products and the following recognition of maracatus as valuable local culture producers, the empowering of maracatu leaders, and their insertion in market economy. The research is limited to performers in Pernambuco, so no generalizations are meant, even it is possible to hypothesize that similar processes are taking place with other traditional performers in Brazil, where this research has not been made before.

Keywords: cultural tourism, public policies, traditional performances, maracatus, Pernambuco-Brazil

* Doctora en Antropología por la UFPE. Profesora de turismo. Centro de Ciencias Sociales Aplicadas UFPE; E-mail: carla-borba@uol.com.br

** Doctora en Educación por la UNICAMP. Profesora de Turismo. Centro de Ciencias Sociales Aplicadas. FURB; E-mail: barretto.margarita@gmail.com

1. O turismo cultural na contemporaneidade

O turismo contemporâneo tem frequentemente buscado como seu principal apelo a distinção do destino mediante atrativos culturais retomando, nas últimas décadas do século XX, sob outras formas, a relação entre cultura e turismo que remonta ao século XVII.

Desde a década de 1950, o mercado turístico cresceu de forma acelerada, principalmente associado a oferta de sol e praia; os números do turismo em todo o mundo atingiram cifras de grande relevância, tanto no aspecto econômico quanto no de movimento de pessoas, e a partir da década de 1980 o segmento do turismo cultural ressurgiu como possível alternativa de promover experiências turísticas, entre outras coisas -mas não exclusivamente- pela forte discussão acadêmica sobre os impactos negativos do turismo massivo, aliado a um certo desgaste da oferta anterior. Assim, a busca de um turismo mais brando, reaviva o interesse do mercado por questões como história, tradições, museus, patrimônio, entre outros¹.

O final do século XX marca a busca por um turista mais seletivo, que procura experiências e produtos segmentados, personalizados. Ademais, este momento é marcado por preocupações socioambientais, de caráter global, baseados no conceito de sustentabilidade (Santana, 2009).

Sob essa ótica, o conceito do turismo cultural teria como principal premissa a minimização de efeitos negativos nos núcleos receptores e uma demanda mais sensível a conhecer e respeitar modos de vida distintos, além de poder ser oferecida durante todo o ano, reduzindo a sazonalidade, verdadeiro problema nos destinos de sol e mar.

Simultaneamente, a partir da década de 1980, há um crescimento do setor cultural nunca visto antes, sendo o turismo um aliado promissor de desenvolvimento econômico do mesmo. O cultural registra entre 1980 e 1998 um crescimento quatro vezes acima do da maioria dos setores econômicos² (Tolila, 2007:35).

Começa a configurar-se um padrão mercadológico favorável para os dois setores, o que aumenta o interesse da cultura em se apropriar do turismo e vice-versa. Para o turismo, capitalizar a cultura significa oferecer ao turista uma opção diferenciada, uma vez que no contexto da globalização a cultura passa a ser um elemento que singulariza os lugares. Como afirma Craik (1997:113):

“A cultura do turismo vem sendo modificada em resposta a mudanças ocorridas na área da cultura. Isto inclui interesses de comercialização da cultura e de produtos culturais, os investimentos recentes na indústria cultural, os investimentos governamentais em capitalizar a cultura, o aumento do consumo cultural das pessoas e oportunidades e aumento da produção cultural”.

Sendo assim, sustentar a cultura através do turismo passa a ser uma prática que tem na Europa uma série de casos emblemáticos, principalmente no que se refere ao patrimônio material. Como exemplo, as visitas aos castelos na Inglaterra, que viabilizam economicamente a permanência das famílias proprietárias sustentando parte dos custos com as taxas pagas pelos turistas (Barretto, 2007).

O turismo vem sendo, a partir de então, além de uma alternativa econômica, uma instância que valoriza o legado propiciando a revitalização e renovação do interesse dos próprios residentes sobre seu patrimônio.

Ao mesmo tempo, o consumo cultural de produtos e serviços introduz um novo modelo de gestão, no qual os equipamentos culturais, como por exemplo os museus, são geridos como unidades de negócio, com técnicas e estratégias de gestão de visitantes, metas preestabelecidas, controle de visitantes, vendas de reproduções (Icom, 2004; Borghi, Mariotti y Safarzadeh, 2011)

Do ponto de vista do mercado, esse cenário favorece a proliferação de pacotes turísticos com toques de “cultura”, que selam a imagem de destinos através de ícones culturais distintivos.

Apesar da lógica menos massiva na qual o conceito do turismo cultural de início foi projetado, na atualidade aquele desenvolvido principalmente dentro das grandes áreas urbanas das capitais em todo o mundo, faz parte dos circuitos de massa e é oferecido sob a ótica do mercado em grande escala.

Como afirma Santana (1998:40), “grande parte do patrimônio turístico corresponde à imagem pré-configurada dos consumidores, construída através dos estereótipos que lhes são oferecidos desde o destino e bem induzidos pelos meios de comunicação de massa”.

O que se tem não é uma demanda e uma oferta diferenciada, mas um produto cultural sendo consumido da mesma forma que o turismo de massa, isto é, com alto grau de superficialidade, mais que nada confirmando idéias preconcebidas.

Ao longo dos anos diversas definições de turismo cultural foram elaboradas. Smith (1989:4-5) define como turismo cultural a experiência de visita a locais pitorescos, com vestígios da vida antiga, de cultura colonial, diferenciando-o do turismo histórico e étnico. No Brasil o Ministério do Turismo tem por definição de turismo cultural “Atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos

significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (MTUR, 2005:13).

Essa definição alerta para a possibilidade de segmentações que compõem o todo do conceito de turismo cultural³ deslocamentos motivados por religião, visitas místicas e esotéricas, visita a grupos étnicos, atrativos cívicos e gastronomia, além da tradicional visita ao patrimônio histórico e aos folguedos populares, festas locais e regionais, bem como todo tipo de manifestação da cultura.

Craik (1997:121) compreende turismo cultural como visitas personalizadas em contextos culturais particulares com o objetivo de aprender sobre pessoas, estilos de vida, legado e artes, de modo que as informações representem de forma genuína os contextos históricos e culturais.

Ryan (2002:953) entende o turismo cultural como uma convergência de comercialização, reestruturação da produção cultural, investimento do governo na cultura, mais treinamento na produção e aumento do consumo cultural pelas pessoas.

Para McKercher (2002:30), o turista cultural é “aquele que visita atrações culturais, galerias de artes, museus, sítios históricos, apresentações, festivais, ou participa de uma ampla gama de atividades a qualquer momento durante sua viagem, independentemente da principal razão da viagem”.

Do ponto de vista do mercado, conhecer o turista cultural significa diversificar a oferta de acordo com o nível de profundidade cultural que o consumidor deseja ao buscar determinado destino. McKercher (2002) classificou os turistas culturais em cinco tipos a partir das diferentes experiências e interesses na cultura: turista cultural por intenção, turista cultural a passeio, turista cultural casual, turista cultural por acidente e turista cultural espontâneo.⁴

Santana (2009:129) divide o turista cultural em dois tipos. O primeiro, que representa a minoria, é aquele que realmente consome um turismo numa escala micro, valorizando a natureza e a cultura local (classificado como turismo responsável ou alternativo). O segundo é o um consumidor decorrente dos “pacotes culturais”, que o autor denomina de cliente indireto. Ele visita ambientes culturais simplesmente porque muitos atrativos culturais já compõem o sistema turístico, por isso, esse turista, embora não seja o mais desejado, é o que mais visita o patrimônio em escala global; é aquele que se satisfaz com uma contemplação superficial dos monumentos, uma “visita express”⁵ e com a compra de “suvenires culturais”, além das fotos como comprovação de que “esteve lá”.

Nesse sentido, o interesse do mercado, assim como do poder público em investir no turismo cultural deve-se ao pressuposto de que o turista cultural traz mais benefícios e deixa mais renda do que o turista de massa. O chamado pós-turista (Boissevain, 1996; Pretes, 1995) seria um cliente de gosto sofisticado, em busca de experiências novas e profundas, com uma maior quantidade de dinheiro para gastar. Para esse turista, não interessam somente os espaços que tenham o sol e a praia; também deseja conhecer a cultura e a natureza dos lugares visitados.

Apesar de esse turista ser até hoje desejado e citado como “mais seletor”, vai sendo ofuscado no mercado pelos produtos de turismo de massa que incluem dois grandes “pacotes”, o meio ambiente físico (natureza) e o meio ambiente cultural (patrimônio) (Santana, 2009, p. 118) visando agradar a “maioria”, abrangendo assim aquele indivíduo que faz turismo de massa trocando apenas o cenário; em lugar de olhar para o mar, olha para um monumento, porém com a mesma superficialidade, que Ryan (2002) o identifica como um turista genérico, apenas curioso em conhecer algo que aos seus olhos parece exótico.

Todo deslocamento territorial gera algum enriquecimento cultural, o que implica que todo turismo é, de alguma forma, cultural, por ser um produto do fazer humano (Barretto, 2007). Também existe uma cultura do turismo, formas culturais produzidas pela própria atividade, como é o caso do que se vê em áreas de resorts, aeroportos, hotéis, que pode ser apresentado como uma terceira cultura (Eriksen apud Lagunas 2007:18). Os contatos turista-turista e turistas-funcionários de um resort são considerados culturais, uma vez que há uma troca de experiências. No entanto, argumenta Lagunas que “o sentido de aquisição de cultura não pode ser assim reduzido”.

As opções de entretenimento e lazer ligadas ao turismo de sol e mar, o investimento da publicidade em ambientes de resorts e cruzeiros marítimos e a lógica da viagem baseada na relação custo-benefício oferecem ao turista a cultura em sentido estrito como algo complementar.

Resumindo, em primeira análise, a versão pós-moderna do turismo cultural passa a ser mais uma rubrica que resume um segmento com potencial de mercado e apresenta os mesmos riscos de danos ambientais e às populações, visto que os pacotes são comercializados nos mesmos moldes e através dos mesmos canais de distribuição⁶ do turismo de massa.

2. Turismo Cultural em Pernambuco

No estado de Pernambuco, nordeste do Brasil, as políticas públicas de turismo seguiram um caminho similar ao do mercado, estimulando a utilização da cultura como produto turístico, havendo um caso emblemático: os grupos de maracatu.

O maracatu é um folguedo popular tradicional, de origem afro-brasileira, que cogita-se estar relacionada aos Reis do Congo e que consiste em percussão e movimentos, com muito dinamismo e colorido, e, originariamente, com aspectos rituais⁷. Várias pesquisas foram realizadas a respeito destes grupos e suas performances, especialmente no campo da história, da sociologia e da antropologia, com foco geralmente nos aspectos rituais e em suas transformações históricas, o que não interessa explorar neste trabalho.

Segundo a definição de Guerra-Peixe (1980), existem duas categorias de maracatus encontradas em Pernambuco, o nação ou baque virado e o orquestra, baque solto ou maracatu rural.⁸

Cercados de uma história que envolve uma série de rejeições pela própria sociedade pernambucana, principalmente por sua origem afrorreligiosa, os maracatus entram no contexto do turismo a partir da sua valorização no cenário cultural, ocorrendo a aproximação entre maracatus e turismo muito antes de uma formalização de ações mediadas pela política pública.

Tal folguedo era inicialmente apresentado no Carnaval e até a década de 1980 somente dois grupos, o Porto Rico e o Elefante apresentavam-se ao longo do ano.

Inclusive durante os carnavais os grupos eram malvistas, até vaiados, como atesta depoimento recolhido por Lima (2005:89)

“Recordo de um desfile do maracatu Nação Elefante, em 1991, de que participei como batuqueiro, no qual grande parte do público presente às arquibancadas nos vaiava e pedia que nos retirássemos para que fossem iniciadas as apresentações das escolas de samba. Também me lembro do número diminuto de desfilantes dos maracatus nos anos 1980, o que contrasta com os grandiosos desfiles dos grandes maracatus-nação existentes atualmente. [...]o público não dava tanta atenção para esta modalidade da “cultura pernambucana”. Também não percebia que nessa época já se desenhava um quadro favorável ao fortalecimento desses maracatus, ainda que de modo muito tímido”.

Depois passaram a apresentar-se em passarelas com arquibancadas, o que deu início ao processo de espetacularização e, na segunda metade da década de 1980, é perceptível uma popularização motivada por um período de efervescência cultural. Compositores e artistas conhecidos começam a utilizar imagens e ritmos dos maracatus, a produzir clipes e realizar shows vestidos de caboclo de lança, consagrando esta figura na mídia.

Caboclo de Lanza



Fonte: Omin, 2011

É através de uma ação política entre governo e produtores culturais que se institucionaliza a participação e o apoio aos grupos de maracatus; há uma decisão de colocar o maracatu como símbolo de Pernambuco, “Cadoça resolveu colocar o maracatu como símbolo de Pernambuco e Jonatan, do Ministério da Cultura, foi quem, junto com Cadoça, fomentou esse trabalho de Mestre Salustiano⁹ [...], me chamaram para fazer um encontro dos maracatus de Nazaré [...] é uma construção social” (entrevista concedida por Afonso, produtor cultural em fevereiro de 2009).

Os produtores culturais que buscaram no turismo uma forma de viabilizar ações integradas para difundir e potencializar a cultura popular procuraram o poder público, que gerou recursos, embora descontinuados.

“O maracatu foi estruturado num trabalho de política cultural mesmo. Houve uma articulação de nós produtores com os maracatus, em que a gente procurou o vice-presidente, ministro, secretário de Cultura, secretário da Prefeitura do Recife, [...], todos eles geraram recursos, [...] fizeram o financiamento e no segundo momento a divulgação, que foi superimportante. Mas não houve uma continuidade, [...] num período de oito anos, mais ou menos” (entrevista concedida por Afonso, produtor cultural – fevereiro de 2009).

Estabelecer exatamente o momento e as razões do entrelaçamento entre turismo e maracatus é tarefa difícil, cabendo apenas destacar algumas correlações.

Quadro 1: Fatores motivadores da relação entre governo e grupos de maracatus

Maracatus	Governo
Efervescência cultural – musical	Investimentos em eventos culturais e turísticos
Apresentação em palcos junto com artistas famosos	Apropriação da cultura como produto turístico
Valorização da mídia	Escolha de um ícone cultural: caboclo de lança no material publicitário de turismo
Valorização da cultura popular	Início de uma venda agregada que soma cultura ao tradicional sol e mar
Recebimento de cachês	Pago de cachês

Fonte: Borba, C., 2010

Esse investimento governamental favoreceu não somente os maracatus, mas também outras manifestações de cultura popular, como a ciranda e o coco (Vicente, 2008). A efervescência cultural tem desdobramentos que chegam às ruas através de ensaios de grupos de maracatus no Bairro do Recife, com uma forte participação de residentes locais de vários segmentos das classes média e universitária. Os maracatus começam a funcionar o ano todo não apenas pelo turismo mas também pela valorização de ritmos afro brasileiros por artistas internacionais como Paul Simon (que inclusive em 1990 viaja ao vizinho estado da Bahia para gravar com o grupo afro Olodum, projetando-o em nível mundial)¹⁰.

A partir daí, os maracatus passam a ocupar espaço além do período de Carnaval, o que possibilitou um novo olhar da elite, com foco muito mais no espetáculo do que na sua conotação afrorreligiosa. A musicalidade, o ritmo e as cores contribuíram para uma aceitação mais aberta e menos preconceituosa, passando a criar um traço identitário associado ao conceito de cultura pernambucana.

No caso de Pernambuco, sempre houve interesse por parte do turismo em divulgar sua potencialidade cultural, tendo como exemplo outros investimentos públicos feitos em décadas anteriores para a inserção da ciranda, forró, entre outros ritmos, na programação dos turistas. De fato, o que muda a partir desse início de relação com os grupos de maracatus é a valorização e o espaço de mídia ocupado pelo caboclo de lança, como ícone da cultura. Há um esforço do poder público em criar uma identidade entre governo e maracatus, de forma que essa representação do Estado vai além dos turistas e é reforçada também entre os residentes.

Para a cidade de Recife a ênfase no potencial cultural¹¹ (gastronomia, museus, teatros e patrimônio histórico), foi, na época, ainda maior, uma vez que o cartão-postal do turismo – a Praia de Boa Viagem – passou a ser alvo de imagem negativa pelo aparecimento de tubarões¹².

Em 1994, dentro de um projeto de revitalização do centro, a secretaria de cultura de Recife organizou o primeiro encontro de maracatu rural. Embora esse trabalho do governo tenha sido mais voltado para

a questão promocional, especula-se que o interesse da classe média em aceitar os grupos de maracatus está muito atrelado ao movimento musical *manguebeat*¹³, que possibilitou a participação dos maracatus nos palcos, influenciando assim também o consumo da classe média¹⁴ (Vicente, 2005).

Embora haja uma série de registros de apresentações oficiais no carnaval desde a década de 1930, a descrição de como era e para qual público ocorriam sinaliza a importância secundária que as apresentações populares sempre tiveram.

O início da década de 1990 representou uma nova fase de convites para desfiles fora do período do Carnaval, como, por exemplo, a abertura do Recife, ¹⁵ o que aproximou os grupos de maracatus de um público novo – apreciadores de espetáculos culturais, turistas e residentes locais que dificilmente frequentariam as apresentações nos terreiros.

Inicia-se a partir de então um movimento, apoiado pela sociedade, de valorização dos maracatus, o que envolveu a Prefeitura do Recife e outras prefeituras municipais. Está evidente nessa fase o interesse político em apoiar uma manifestação que ganhara na mídia uma grande magnitude nos últimos anos.

As décadas sombrias com risco de desaparecimento são substituídas pela proliferação de grupos de maracatus, com o intuito de darem conta de todas as apresentações que apareciam. Os grupos entram na economia de mercado, passam a negociar cachês, e surge a necessidade de se organizarem para “vender o seu produto”.

Os espaços de apresentação passam a ser os mais variados, incluindo shoppings, casamentos, aniversários, formaturas, e os cachês recebidos passam a complementar a renda das atividades tradicionais dos brincantes.

Paralelamente aos movimentos culturais de valorização da “pernambucanidade”, a mídia positiva aumentava o interesse público em investir na manifestação popular como parte integrante do produto turístico oferecido. Estes investimentos, no entanto, são mínimos ao lado dos investimentos que o estado faz em infraestrutura para o turismo. Limita-se à promoção de apresentações pagas com cachês e à confecção de material publicitário de turismo divulgando o maracatu.

A década de 1990, em nível mundial, está marcada por uma valorização de produtos turísticos mais segmentados e maior interesse da demanda internacional pela cultura.

Em termos de políticas públicas de turismo, Pernambuco oficializou, através de documento, a macroestratégia de turismo, cujas diretrizes apontavam para uma valorização da cultura, destacando a interiorização do turismo, a promoção de destinos longe da orla marítima. Assim, foi proposta uma série de ações de investimento cultural, principalmente com a promoção de eventos (ligados ou não ao ciclo festivo do Estado).¹⁶

O patrocínio público às manifestações de maracatu abre espaço para que mais grupos sejam formados e se apresentem como aptos para ocupar a cena artística e turística. Dessa forma, além dos grupos de maracatus artísticos, maracatus-nação (tradicional e outros que ressurgiram), maracatus rurais, surgem os grupos de percussão,¹⁷ que com sua similaridade buscam ocupar o mesmo espaço social.

A possibilidade de gerar recursos motivou a formalização da Associação¹⁸ dos Maracatus Rurais, com o objetivo de organizar os grupos e defender os interesses de classe. A transformação das apresentações em espetáculo passa a ser um negócio rentável e os produtores culturais passam a trabalhar a fim de viabilizar os grupos para o mercado musical.

Por outro lado, o governo, e o *trade*, estão cada vez mais firmes na intenção de oferecer um produto cultural como alternativa turística, e os grupos de maracatus configuram-se como a opção mais viável naquele momento.

Adaptar-se ao patrocínio do governo também significava, para os grupos, buscar o tipo de espetáculo que o setor de turismo acreditava ser o ideal para o seu público. Sendo assim, o objetivo das apresentações era valorizar as danças populares a partir do enfoque artístico, além de, conforme destacou em entrevista o líder do Maracatu Nação Pernambuco, tirar o maracatu da armadura de estar ligado só ao Carnaval e torná-lo um espetáculo para o ano inteiro.

Para esse início de apresentação artística, o governo exerceu papel fundamental, inclusive motivando a formação de grupos de maracatus artísticos (ou seja, sem ligações religiosas), passando a ser o principal cliente de compra das apresentações para representar Pernambuco em vários estados e países.

A partir daí, muitos grupos “tradicionalistas” passaram a adotar critérios que lhes possibilitariam ocupar o mesmo espaço, de forma que uma nova preocupação estética passa a fazer parte das apresentações. Sendo assim, o investimento em roupas, o colorido das lantejoulas assim como a adequação do tempo de apresentação e a diversificação de danças apresentadas, passaram a ser aspectos importantes para a inclusão dos grupos no mercado cultural e turístico.

A intervenção do setor público e o discurso de investimento no turismo cultural são coadjuvantes com outros fatores, tais como a capacidade de articulação com artistas e instituições, a entrada no mercado da produção cultural, a gravação de CDs, a negociação de cachês. Neste momento há uma decisão política de utilizar o maracatu como símbolo da cultura no material publicitário de turismo:

“A gente precisava ter um ícone da nossa cultura para fazer divulgação de nosso potencial e elegemos o maracatu [...] para resgatar um pouquinho da nossa cultura, deixar de vender o sol e mar e utilizar o elemento cultural” (entrevista de um gestor público – concedida em fevereiro de 2009).

Aliar a imagem do maracatu ao turismo é uma forma de significar uma série de sentimentos fundamentais para o turismo, tais como alegria, exotismo, tradição, natureza, encanto; o maracatu deixa de ser apenas um tema regional, para ser alvo de atenção do órgão nacional de promoção de turismo.

“Um belo dia eu estou lá no terceiro Carnaval quando alguém chega e diz que a Embratur¹⁹ mandou fazer outro filme sobre o maracatu. Então um dos encontros de maracatu deu cinco, seis, sete, oito chamadas no Brasil todo em cima do maracatu rural, contando a história, como surgiu, como que era, como começou com cortador de cana” (entrevista de um gestor público – concedida em abril de 2009).

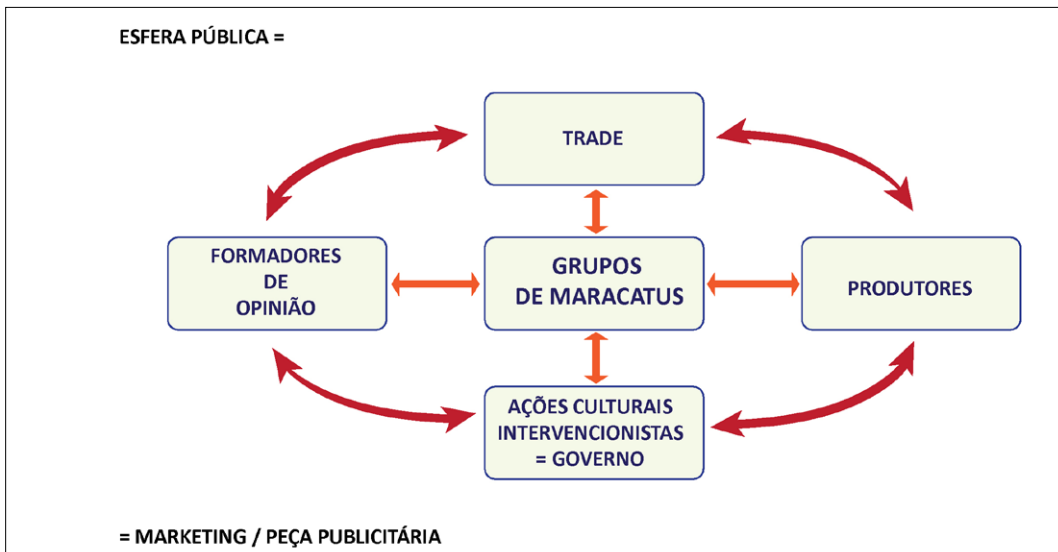
Simultaneamente ao interesse do turismo pela cultura, os meios de comunicação passam a exaltar o exotismo do vestuário, aliado às cores e ao próprio ritmo, como parte da “tradição” e “memória” da cultura pernambucana.

O turismo vai procurar retratar, na imagem dos maracatus, uma ligação com o passado e apresentar uma “tradição” que, num cenário de globalização, ganha força pelo aspecto da singularidade. Os grupos de percussão entram em cena com interesse de cativar espectadores a partir da musicalidade, porém são vistos como uma ameaça para os maracatus-nação, uma vez que buscam ocupar o mesmo espaço em termos de espetáculo. Para os espectadores, não há diferença, uma vez que a toada passa a ser mais importante do que a evolução da manifestação cultural em si.²⁰

Diante desse contexto e do interesse público de valorização da cultura através da imagem dos maracatus, toda uma rede se forma. Seus membros passam a ser *stakeholders* dentro de um mercado com interesses diretos e indiretos na cultura e no turismo.

Os *stakeholders* (Sautter e Leisen, 1999:316), são pessoas ou entidades membros de um grupo determinado que, por razões de interesse, frequentemente exercem determinados papéis; nesse caso são os grupos com interesses diretos nas ações culturais mediadas pela Secretaria de Turismo.

Gráfico 2: Stakeholders em Pernambuco



Fonte: Borba, C., 2010

A mediação do Estado vai repercutir diretamente nos grupos de maracatus, que entram em cena como principais protagonistas na integração turismo e cultura; os maracatus vão ter uma relação de mercado com o *trade* turístico em que surgem contratações feitas por hotéis, agências de receptivo, eventos, o que durante um bom tempo ocorrera com a mediação dos produtores culturais.

3. Os maracatus e o *trade*

A relação dos maracatus com o *trade* turístico é semelhante à que ocorre com o governo. Sob a ótica dos empresários, cabe aos grupos de manifestações culturais criar produtos para serem oferecidos aos turistas dentro de um padrão de mercado exigido pelos mesmos.

Para o *trade*, atingir o padrão do turista significa oferecer um produto de qualidade, criativo, colorido, alegre, o que não necessariamente representa um produto original ou tradicional. Diante disso, nos setores envolvidos há uma tensão entre a noção do que deve ou não ser comercializado. Para os representantes do *trade* turístico, resulta incompreensível

“essa mania que eles têm de não querer se vender. Eles acham que o ato de se comercializar é um ato de desagregação, é um ato em que você perde a originalidade. Eu acho que isso é burrice [...], está entendendo? Em todo o canto do mundo você tem que mostrar o que você tem de especial (...). Eu não acho que você, ao se mostrar, se desvirtua. Eu acho que você pode se mostrar e passar a vida toda sendo maracatu” (entrevista concedida por um gestor do *trade* turístico – março de 2009).

Na relação com os hotéis a prática de apresentações culturais programadas vai ocorrer de forma semanal em resorts do litoral e nos hotéis da capital em função de eventos e congressos. Isso se dá principalmente com grupos artísticos que apresentam vários ritmos, de modo que possa ocorrer um “passeio” por todos os ritmos locais.

No caso das agências de viagens receptivas, apesar de haver interesse em oferecer produtos turístico-culturais, isto é, espetáculos e visitas culturais, há uma preocupação em oferecer produtos que possam ser consumidos pelos clientes dentro de uma relação custo-benefício. Dessa forma, o padrão da excursão para o maior número de pessoas prevalece, o que faz com que os pacotes oferecidos recebam uma padronização que resume a visita a um olhar panorâmico da janela do ônibus ou de forma bastante rápida, com tempo de parada para a fotografia.

Um percentual pequeno e mais autônomo vai fugir desse padrão e procurar o “mercado paralelo” em busca de opções menos “turísticas”, para ter contato com a cultura em meio aos seus moradores. É dessa forma que alguns chegarão aos terreiros para ensaios de maracatus, visitarão museus, conhecerão centros culturais, não motivados pelos produtos turísticos oficialmente oferecidos nas agências ou mesmo pelo Estado.

O que mercado turístico conhece dos maracatus é algo muito pontual dentro dos espaços do turismo. No entanto, os maracatus criam e recriam suas práticas diariamente, independentemente do viés turístico.

Nos terreiros, estudantes e pesquisadores estrangeiros iniciam um relacionamento direto com os líderes de maracatus, após o qual eles participam e vivenciam o cotidiano do grupo.

“Eu tenho um pessoal da Alemanha que traz o povo deles para aqui. Tem Scott, que é americano e todo ano vem com 30 pessoas, e a gente faz turismo aqui, não é? Eu faço almoço, faço a janta, só não fazem dormir, porque eu não tenho espaço para dormir, mas a comida dá para eu me virar e fazer” (entrevista concedida com líder de maracatu – março 2009).

Essa prática ocorre de forma independente (contato turista-líder maracatu) e se constitui fora do roteiro turístico-cultural que pode ser encontrado nas agências de turismo receptivas.

Por outro lado, este *trade* vislumbra certos aspectos do turismo cultural. Por exemplo, reclama da inexistência de uma casa de espetáculos para o turista conhecer as danças típicas tal qual as casas de tango na cidade de Buenos Aires (Argentina).²¹

As grandes críticas feitas pelos próprios líderes de maracatus sobre a diferença entre um maracatu autêntico e artístico não são levadas em consideração no momento de contratação. Diante de tantos grupos de origem tradicional ou artísticos, importa para a apresentação turística saber sua real origem?

Qual diferença faz para o turista? Qual o significado da dança naquele momento para os brincantes? Para o contratante, o que ele pretende motivar com essas apresentações?

O discurso do *trade* em torno da valorização do turismo cultural como produto diferenciado no Estado é bem disseminado entre todos os segmentos – restaurantes, agências, hotéis –, embora limitado à visão comercial em torno da cultura.

4. Os maracatus e os órgãos oficiais de cultura e turismo

No caso específico dos maracatus, há uma relação consolidada entre Estado (leia-se órgão de turismo e órgão de cultura). A Setur-PE (Secretaria de Turismo de Pernambuco) solicita os grupos quando necessita das apresentações e a Fundarpe (Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco) faz o agendamento de grupos culturais de forma a atender aos interesses de ambos. São solicitadas apresentações em serviços receptivos turísticos (aerportos e porto), ou em eventos de outra natureza, mediante pagamento de cachês.

Além de solicitar a apresentação das manifestações culturais à Fundarpe, a Setur-PE pode agir de forma autônoma se houver necessidade “extra” e patrocinar apresentações. De uma forma ou de outra, a relação com os artistas é praticamente nula, resumida a um contato informal, muitas vezes pelo telefone, em que, sem mais, se agenda a data da apresentação e a forma de pagamento.

Apesar do discurso valorizar a cultura, o que se compreende como tal é a cultura do ponto de vista do que interessa ao turismo. “Oferecer o que tem de melhor, a arte, a música, as danças e a gastronomia”, discurso frequente no turismo que significa operacionalizar a cultura para o seu consumo.

Ao mesmo tempo que o olhar do turismo se direciona a alguns elementos da cultura, a Fundarpe vem construindo nos últimos anos uma política pública estadual, com ampla participação de produtores, artistas e interessados na cultura, e o turismo surge como um dos meios de viabilizar a mesma, embora não o único.

Os líderes de maracatus, interessados em participar nas duas secretarias (Fundarpe e Setur), possuem duas alternativas para oferecerem os seus “serviços”. De início a relação com o governo se dava através dos produtores culturais, que tiveram um papel importante na organização e formalização de muitos grupos. No entanto, alguns líderes passaram a atuar de forma autônoma, principalmente com relação aos contratos com o governo, o que passou a dificultar a aprovação de projetos²².

No atual contexto, a cultura e o turismo assumem discursos distintos, e os principais interessados nesta relação – os líderes dos maracatus – são hoje em dia verdadeiros negociantes do seu produto.

Diante de um governo que valoriza o popular, a Fundarpe vai assumir, por opção e ideário político, um papel de indutor e principal responsável pelo desenvolvimento da cultura:

“O poder público do Estado de Pernambuco pela primeira vez começou a dizer que é papel, sim, do poder público garantir uma política pública cultural. [...] garantir igualdade de oportunidade de disputas através de editais, [...] prioridades para alguns segmentos excluídos, ela tem que contribuir para que o modelo de desenvolvimento seja um modelo de desenvolvimento sustentável, porque ele é poder público, ele é mediador das relações sociais[...]” (entrevista de um gestor público – concedida em maio de 2009).

O processo não é isento de tensões. A preocupação do setor de turismo em não apresentar algo pouco produzido ou de má qualidade em nome da cultura é muitas vezes alvo de crítica, o que é interpretado na área cultural como desejo -por parte do primeiro- de “maquiagem” do real.

5. Considerações Finais

Apesar de acreditar que a cultura é o diferencial, “é o *plus* que Pernambuco tem para promover como um grande destino turístico no Brasil”,²³ a relação do turismo com os grupos de maracatus reduz-se às fotos impressas, à imagem do caboclo de lança, providenciadas via agência de publicidade.

As atividades estampadas nas fotos no desembarque do aeroporto, na chegada do turista, somente serão acessíveis durante sua permanência na cidade caso haja alguma apresentação programada ou se o turista ficar hospedado em algum *resort* que tenha uma programação autônoma de apresentações culturais. Apesar de os maracatus terem ensaios em suas sedes e até mesmo alguns ensaios abertos promovidos em espaços como Mercado Eufrásio Barbosa²⁴ (Olinda) e Rua da Moeda (Recife), este circuito

não faz parte do que é oferecido aos clientes pelas agências. Percebe-se que, embora se deseje fortalecer o turismo cultural, faltam ações práticas para viabilizar a consolidação deste segmento.

Pelas agências de turismo, principais distribuidores do sistema turístico local e que, como regra, trabalham dentro de um modelo massivo, dificilmente esse turista chegará a algum desses dois pontos.

Embora o governo pareça satisfazer anseios do *trade* (que cobra um espaço/local para apresentação das manifestações populares) e dos grupos de maracatus que buscam apresentações como meio de sustento, os turistas, pressumidamente os principais interessados em ter acesso às apresentações culturais, precisam se satisfazer com pequenas exposições enquanto pegam a bagagem na sala de embarque²⁵ ou em coincidir sua estada com um período de festividade específica em que apresentações de maracatus tenham sido predeterminadas pelas áreas de turismo e cultura.

A política de cachês limita as possibilidades de apresentação para turistas, ao mesmo tempo que traz para as secretarias a ilusão de promover o turismo cultural através das mesmas. Está claro o interesse da iniciativa privada em gerar negócio, mas não parece transparente ainda o fundamento das ações pontuais da iniciativa pública. O pagamento dos cachês não evoluiu em mais de uma década para uma política mais definida para o setor.

Enquanto as ações culturais buscam valorizar as manifestações populares e, dessa forma, procuram espaços para que estas recebam cachês artísticos, há uma tensão quando o turismo quer desenvolver algo para o turista ver, não sendo levado em consideração o grau de superficialidade. O reconhecimento do potencial do turismo cultural existe, porém os interessados da cadeia produtiva têm olhares distintos: enquanto a Fundarpe valoriza a cultura do ponto de vista mais amplo, simbólico, a Setur-PE reflete a ótica do *trade* turístico, que enxerga a cultura como negócio.

“O turismo, ele entra para somar, a partir do momento que nós temos uma cultura forte, como um grande diferencial como tantos outros produtos que nós temos no Recife e em outras cidades Eu acho que isso é o grande diferencial. E o turismo, sim, aproveitando todas essas manifestações culturais da nossa cidade, [...] fazendo com que as pessoas venham aqui encontrar essa diferença” (entrevista de um gestor público – concedida em fevereiro de 2009).

Sob a ótica do *trade*, não se cogita a possibilidade de que o turismo cultural possa ser realizado em pequenos grupos, pessoas com interesses específicos que possam ir a alguns locais que tenham condições de recebimento de turistas.

Alguns espaços têm horários e programações preestabelecidas; no entanto, são muito mais frequentados por residentes locais. É o caso da Casa da Rabeca, onde está abrigado o Maracatu Piaba de Ouro, que recebe semanalmente uma grande quantidade de residentes interessados em ritmos populares.

Nessa direção, a Secretaria Municipal de Turismo do Recife desenvolve, através do programa Turismo na Comunidade,²⁶ melhorias para disponibilizar alguns locais com características culturais que são potenciais atrativos para visitação in loco.

Esses espaços tendem a possibilitar uma relação de experiência cultural entre turistas e residentes mais espontânea, uma vez que os primeiros teriam chance de dividir o mesmo espaço, o que não ocorre nas apresentações.

A Secretaria de Turismo porém, talvez influenciada pelo próprio *trade* turístico, não vislumbra algumas dessas possibilidades como alternativas reais para o contato entre turista e manifestações populares.

Inserir-se na esfera do turismo ampliou o processo de visibilidade dos maracatus, que tornaram-se ícones turísticos do estado, tendo sua imagem reconhecida no panorama nacional e internacional em função de uma opção das políticas públicas que direcionaram as ações para o turismo cultural.

As apresentações para turistas, encontram seu lugar na dinâmica do mercado. Para os grupos de maracatus, trata-se de uma fonte de renda; para os turistas, um entretenimento; para o *trade*, uma forma de oferecer “cultura”; para o estado, uma forma barata de atender demandas.

Pensando pela ótica do encontro visitante-visitado, à luz da antropologia, pode-se considerar essa relação como produtora apenas de contatos rápidos e superficiais, típicos de shows. O espetáculo vai, no máximo, em alguns momentos, permitir convidar o turista a participar de uma dança, quando trocará poucas ou nenhuma palavra com o artista e logo em seguida o grupo se despede.

Do ponto de vista do discurso da aculturação, tão presente na antropologia na década década de 1980, não há indícios de que este processo esteja acontecendo entre os maracatus. Eles fazem parte de uma arena turística, como no caso dos índios pataxó pesquisados por Grünwald (2002), que se deslocam de sua aldeia para colher os benefícios econômicos da relação com os turistas e mantêm internamente

seus rituais na sociedade à qual pertencem, ou como os Balinenses estudados por Mckean(1989) que retiram, das suas danças apresentadas em público, os elementos rituais.

No caso dos maracatus, há uma clara separação entre o sagrado e o profano. As práticas religiosas dos grupos tradicionais não foram esquecidas; os maracatus passaram a manter os seus rituais em sua rotina diária dentro da sua comunidade, separando-os do espetáculo.

Sendo assim, principalmente os líderes dos maracatus tradicionais buscam ressaltar a importância de manter as oferendas, apesar de parecer uma relação pessoal do brincante com os santos.

A manutenção da religião tem sentido de distinção até mesmo entre tipos de maracatus nação e rural. No entanto, para os brincantes, não há uma incompatibilidade entre o sagrado e as apresentações remuneradas ao longo do ano. Percebe-se que há um orgulho por serem valorizados e admirados como artistas e, portanto, merecedores do cachê, visto que ser artista também é uma profissão.

Além disso, a exposição ao público atinge em graus diferentes a relação dos brincantes com os seus santos e há um claro entendimento de que a apresentação artística não passa de um espetáculo “para turista ver”.

Manter-se diante desse novo contexto significa desenvolver novas habilidades, como saber empre-sariar o próprio grupo, frequentar reuniões e buscar formas de viabilizar economicamente o máximo de apresentações para o grupo:

“A gente (os líderes de maracatus) se encontra muito pelas repartições públicas catando alguma coisa. Ai às vezes a gente se encontra numa reunião, e dali se tornou uma amizade, mas existe sempre um respeito um com o outro, porque até o formato deles é diferente do nosso, não existe concorrência, porque é diferente, até o nosso lado religioso é diferente do deles. Nós somos da jurema, eles são dos orixás, assim, não tem como haver uma rivalidade. Você nunca ouviu falar que um baque solto brigou com um baque virado, isso nunca vai acontecer, porque esse respeito é mútuo” (líder de maracatu – entrevista concedida em maio de 2009).

Em primeira análise, entrar no cenário dos cachês significa para os grupos de maracatus buscar atingir os níveis de formalização para que os grupos encontrem condições de competir no contexto empresarial: projetos culturais, apresentações individuais, seleções para participarem de receptivos, apresentações em hotéis, etc.

Embora todos os grupos busquem outras apresentações patrocinadas pela iniciativa privada, o governo ainda é o seu maior cliente, uma vez que a cultura popular não tem um apelo capaz de sensibilizar a iniciativa privada.

Para além das ações culturais mediadas pelo governo do Estado, o ano de 2004 passou a ser um marco importante com os chamados pontos de cultura. Esses constituem uma ação prioritária dentro do programa Cultura Viva, em que mediante uma parceria entre o Ministério de Cultura e a sociedade civil são firmados convênios e através de editais públicos são selecionados pontos de cultura que vão desenvolver suas atividades em benefício da comunidade. A partir do momento em que um local se transforma em ponto de cultura, ele fica responsável por articular e impulsionar as ações que já existem nas comunidades.²⁷

O programa do Ministério da Cultura (MinC) veio ampliar o leque de uma ação que garantiria com maior efetividade o desenvolvimento dos grupos de maracatus em comparação com a política de cachês da Setur-PE (ou mesmo da Fundarpe). O primeiro edital federal contemplou os grupos de maracatus Estrela de Ouro (município de Aliança) e Piaba de Ouro (município de Olinda). Embora não seja foco da pesquisa analisar os pontos fortes e os pontos fracos, esse programa amplia possibilidades de desenvolvimento numa perspectiva mais empreendedora do que a ação do turismo, visto que os grupos apresentam projetos e recebem recursos para desenvolverem suas habilidades em treinamentos, gravações de DVDs, cursos para a comunidade, etc. Ações culturais dessa natureza possibilitam o fortalecimento e a autonomia para os grupos, além de uma interlocução promovida pelo próprio programa. De fato, ao longo desses anos, esta parece ter sido a única alternativa pública que surge paralela à busca dos grupos de inserir-se no calendário de eventos e assim garantir os seus cachês. Como evidenciado nas entrevistas, há nos grupos de maracatus já inseridos no programa um orgulho em ser ponto de cultura e a possibilidade de conseguir desenvolver ações concretas com foco principalmente na própria comunidade onde o maracatu se encontra inserido.

Apesar das críticas existentes com relação aos pontos de cultura, para os maracatus contemplados essa atuação torna-se muito mais concreta do que as constantes visitas a repartições públicas, desconectadas e dependentes da boa intenção do governo. Sendo assim, o caminho de elaborar projetos e investir na

sua sede passa a ampliar as possibilidades e a permitir uma certa independência de alguns grupos com relação às gestões municipais e estadual. Com isso conseguiram inclusão social e digital, entre outros benefícios.

Para os grupos populares que já estavam formalizados, participar dos editais era muito mais uma tarefa de aliar-se a produtores culturais, que vão exercer um papel importante de organização e intermediação desses grupos para que eles se habilitem (roupas, adereços, tipos de apresentações, organização empresarial, obtenção de CNPJ²⁶) ao modelo do mercado cultural.

A prática, ao longo dos anos, tem permitido aos próprios líderes agenciar os seus grupos e investir em aprimorar cores, som, expressão corporal, tradição, singularidade, resgate, luta, história, adaptação dos aspectos simbólicos, de forma que o folgado permaneça a ocupar um lugar de destaque ao longo das décadas.

A permanência dos maracatus como manifestação cultural transforma todos os atores sociais em “clientes em potencial” para o “negócio maracatu”.

Entrar no circuito de mídia local, nacional e internacional possibilita aos grupos de maracatus adaptarem suas apresentações-espetáculo dentro do que faz sucesso entre os espectadores: ritmo musical, lutas entre caboclos, envolvimento do público, valorização da tradição, inclusão da mulher, além de investimento na elaboração de roupas coloridas, que impactam a apresentação por causa do colorido.

Essa re formação dos maracatus faz parte do modelo que o mercado passa a exigir e que os grupos passam a assumir conscientes de entrarem em cena sob o conceito artístico da manifestação cultural.

“O que ocorre é uma desritualização do maracatu e uma transformação de ritual em música. É difícil explicar isso em poucas palavras, mas, tentando resumir, se nos anos 60 e nos anos 70 era difícil, era inconcebível criar um maracatu, isso explica o fato de existirem cinco grupos, seis grupos, sete grupos no máximo. Na atualidade a fundação de maracatus é quase que um por ano; atualmente nós temos 28 maracatus nação. Então sua transformação em produto é concomitante a esse crescimento dos interesses da indústria e do turismo local, que se apoia em uma suposta cultura pernambucana para poder transformar o turismo em algo atraente” (entrevista de um líder de maracatu – concedida em março de 2009).

Paralelamente e de forma mais sistemática, o caboclo de lança vai figurar em todos os catálogos publicitários de turismo tanto no setor público quanto no privado. Dessa forma, a figura do maracatu torna-se emblemática, embora o seu significado seja confuso, assim como a sua representação para os turistas, o que é assunto para outra investigação.

Bibliografia

- Barretto, Margarita
2007 *Cultura e turismo*: Discussões contemporâneas. Campinas, SP: Papirus.
- Boissevain, Jeremy
1996 *Coping with tourists. European Reactions to Mass Tourism*. EUA: Berghahn Books.
- Borba, Carla
2010 Nós somos o mundo: Políticas culturais e turismo em tempos globalizados. Tese. Universidade Federal de Pernambuco. Programa de Pós Graduação em Antropologia.
- Cecconi, Sofia,
2009 Tango y turismo. Un acercamiento al territorio de las casas de tango. *VIII Reunion de Antropología del Mercosur*. Ponencia. Buenos Aires, 29 de septiembre al 2 de octubre.
- Craik, Jennifer
1997 “The culture of tourism”. In: Rojek, C.; Urry, J. *Touring cultures: transformations of travel and theory*. Routledge, EUA.
- Cravidão, F. M. S. D. D.
2004 Turismo e cultura: o lugar dos lugares. *Turismo: Visão e Ação*, v. 6, n° 3, set-dez. Itajaí: Editora Univali, 307-316.
- Grünewald, Rodrigo
2002 “Tourism and Cultural Revival”. *Annals of Tourism Research*, n° 4, v. 29, 1004-1021.
- Guerra-Peixe, César
1980 Maracatus do Recife. 2ª. ed. Prefeitura da Cidade do Recife/Irmãos Vitale.
- Lagunas, David
2007 *Antropología y turismo: claves culturales y disciplinares*. México: Plaza y Valdés S.A.

McKean, Philip F.

1989 "Towards a Theoretical Analysis of Tourism: Economic Dualism and Cultural Involution in Bali." In: Smith, Valene *Hosts and Guests. The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

MTUR_Ministério do Turismo

2005 *Segmentação do turismo. Marcos Conceituais*. Brasília

Ryan, C.

2002 "Tourism and Cultural Proximity: Examples from New Zealand". *Annals of Tourism Research* (29), 952-971.

Santana, Agustín

2009 *Antropologia do turismo. Analogias, encontros e relações*. São Paulo: Aleph.

Santana, Agustín

1998 Patrimônio cultural y turismo: reflexiones y dudas de un anfitrión" *Revista Ciencia y Mar*, 6, 37-41.

Smith, Valene

1989 *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. 2 ed. USA: University of Pennsylvania Press.

Tolila, Paul

2007 *Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas*. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural.

Vicente, Ana Valéria.

2005 *Maracatu rural – o espetáculo como espaço social: um estudo sobre a valorização do popular através da imprensa e da mídia*. Recife: Ed. Associação Reviva.

Vicente, Tãmisa.

2008 *Vamos Cirandar. Políticas públicas de turismo e cultura popular: Festivais de Ciranda em Pernambuco 1960-1980*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Caxias do Sul. Programa de Pós-Graduação em Turismo.

Omin, Suiá

2011 *Carnaval em terras de caboclo. Uma etnografia sobre Maractus de Baque Solto*. Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Disponível em <http://www.ppgsa.ifcs.ufrj.br/pesquisa-alunos/suia-omim/>

Documentos consultados:

1ª Conferencia Nacional de Cultura. Disponível em: <http://blogs.cultura.gov.br/cnc>. Acesso em: 10 março 2008.

Instituto de Tecnologia e Gestão. Pernambuco competitivo: saber olhar, saber fazer. Recife, INTG, 2009. Pernambuco Nação Cultural – 2008.

Plano Estratégico de Turismo de Pernambuco – Pernambuco para o mundo - <http://www2.setur.pe.gov.br/web/setur> Acesso: 01/02/2009.

Plano Nacional de Cultura – <http://www.cultura.gov.br/site/categoria/politicas/plano-nacional-de-cultura/> Acesso em: 10/03/2009.

Plano Nacional de Turismo – uma viagem de inclusão social. http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/plano_nacional/

Política Cultural – FUNDARPE - <http://www.fundarpe.pe.gov.br/politicacultural.php> Acesso em: 01/02/2009. Secretaria de Turismo de Pernambuco. Relatório de Atividades 2008.

UNESCO. Convenção sobre a proteção e promoção da diversidade das expressões culturais. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224POR.pdf>. Acesso em: fev. 2008.

Notas

¹ Embora esse discurso exista até os dias atuais, Craik (1997:120) adverte que somente uma minoria dos turistas podem ser considerados verdadeiros turistas culturais, enquanto a maioria é "culture proof". Com base em pesquisa, Silberberg revela que somente 5% dos residentes e 15% dos turistas eram considerados altamente motivados pela cultura. Na esteira do discurso da mudança de foco da demanda, Boissevain (1996) diz que não somente o sol e a praia se tornam atrativos, mas também a cultura, a natureza e a vida rural passam a ser objetos de desejo do turista pós-moderno. Nesse caso, estudos apresentados em seu livro *Coping with tourists* referem-se aos diferentes graus de turistas cultural.

- ² Ressalvando setores como as indústrias culturais (livro, cinema e música), que movimentam cifras e têm um esquema distributivo em nível mundial bem delineado.
- ³ O termo turismo cultural é compreendido como um entre vários segmentos oferecidos no mercado, no entanto, Cravidão (2004) considera essa utilização um pleonismo, uma vez que o turismo é naturalmente cultural, pois envolve paisagens, patrimônio e lugares. De fato, na atualidade, o turismo tornou-se símbolo da sociedade do bem-estar.
- ⁴ 1- O turista cultural por intenção é aquele que tem como razão principal na escolha do destino uma experiência cultural profunda; 2- o turista cultural a passeio é aquele que tem como principal interesse a cultura do outro, porém de forma mais superficial e divertida; 3- o turista cultural casual é aquele que observa o que existe em termos de cultura, mas isso não foi decisivo na escolha do destino, pois ele tem um interesse superficial pela cultura; 4- o turista cultural por acidente é aquele que não escolheu um destino por razão da cultura, mas que poderá participar de forma superficial em alguma atividade cultural no destino; 5- o turista cultural espontâneo é aquele cuja decisão pela viagem não foi influenciada pela questão cultural, mas quando chegou ao país teve uma experiência profunda com os atrativos culturais encontrados.
- ⁵ Segura (2007) narra a experiência do que é oferecido nos pacotes turísticos em Teotihuacán, no México, e tudo o que deixa de ser aproveitado no local, visto que a excursão permanece um número de horas predeterminado no local.
- ⁶ Grandes operadoras de turismo que são intermediários do produto em todo o mundo, diretamente ao cliente ou através das agências de viagens.
- ⁷ https://www.youtube.com/watch?v=3MZB_ccvUqQ
- ⁸ Para mais detalhes sobre definições e origem dos maracatus, ver LIMA, Ivaldo Marciano de França. *Maracatus e maracatuzeiros: desconstruindo certezas, batendo afayás e fazendo histórias*. Recife, 1930-1945. Recife: Bagaço, 2008.
- ⁹ Carismático artista popular proveniente da Zona da Mata que impulsiona a valorização do maracatu rural Piaba de Ouro criado em 1977
- ¹⁰ Album *Rhythm of the Saints*, especialmente a música “*The obvious child*”
- ¹¹ Assim como no turismo de eventos e nas viagens de negócios.
- ¹² Conforme relatório de 31/12/2012 do Instituto Oceanário de Pernambuco, do Departamento Pesca e Aquicultura da Universidade Federal Rural de Pernambuco, de 1992 a 2012 houve 56 ataques de tubarão no local. Este departamento realiza desde então um grande trabalho de educação ambiental aos banhistas. Relatório disponível em http://www.portaisgoverno.pe.gov.br/c/document_library/get_file?uuid=0fab503c-d5b8-48e3-8587-0d4ce336e368&groupId=124015. Acessado em 17/05/2014.
- ¹³ movimento musical que surgiu no Recife na década de 90 que mistura ritmos regionais, como o maracatu, rock, hip hop e música eletrônica.
- ¹⁴ A partir dos anos 90, com o movimento mangubeat, os maracatus de baque solto, ditos rurais, passaram a subir aos palcos. A exposição no palco ao lado de artistas famosos influenciou a mudança do cenário dos grupos de maracatu, que muitas vezes eram considerados manifestações inferiores, até mesmo discriminadas. Foi necessário, no entanto, um grande trabalho de organização e de formalização dos grupos que possibilitasse a exposição dos maracatus e até mesmo o recebimento de cachês.
- ¹⁵ Carnaval fora de época que ocorreu durante vários anos na Avenida Boa Viagem com ênfase em trio elétrico e bandas de axé.
- ¹⁶ Carnaval, Semana Santa, São João, Natal.
- ¹⁷ Esses são bastante criticados por valorizarem o toque em si e terem como atrativo principal o ritmo, fora de qualquer contexto do maracatu em si.
- ¹⁸ A Associação dos Maracatus Rurais, criada pelo Mestre Salustiano na década de 80, começou com 12 grupos. Após quase 20 anos de existência, possui 105 grupos participantes. O nível de formalização e seus avanços são narrados em entrevista: “O maracatu era o nome do dono, por exemplo, maracatu de seu Antônio, era o Maracatu Leão de Ouro de Seu Antônio. Mas não tinha o CNPJ e aí a associação foi tendo cuidado com isso e até hoje vem crescendo. Todos os anos a gente vem associando maracatus novos. E ninguém é melhor que ninguém, todo mundo lá tem direitos iguais. Se chegar R\$ 1,00, é para dividir para todos, e se chegarem R\$ 1.000.000,00, divide em partes iguais, não tem maracatu grande e maracatu pequeno. Com isso foram se criando oficinas de qualificação, porque os caras já sabiam bordar, mas tinham uma certa dificuldade, e às vezes tinha caboclo velho que tinha deixado de bordar e voltou a bordar. Aí com isso também vai se economizando dinheiro, porque você deixa de pagar a um artesão e você mesmo era o artesão. A associação foi criada dessa forma, ela foi criada com ideia de unir, depois criou a ideia de se organizar com documentações, conscientização e qualificação

- dos próprios fogazões. Essa é a ideia da associação” (entrevista concedida por um integrante do Maracatu Piaba de Ouro em maio de 2009).
- ¹⁹ Instituto Brasileiro de Turismo (antes Empresa Brasileira de Turismo) encarregado da promoção turística vinculado ao Ministério.
- ²⁰ Há semelhança é tal que segundo o mestre de maracatu o que vai diferenciar esse grupo de percussão do maracatu nação é sua ligação com o terreiro, mas por uma questão de inserir-se socialmente no espaço muitos dirão que tem essa ligação, mesmo não sendo verdade.
- ²¹ Cecconi (2009) reforça os resultados negativos produzidos por estas casas de espetáculo em Buenos Aires, tanto em relação aos trabalhos gerados para os artistas quanto pela artificialidade envolvida nas apresentações para os turistas .
- ²² Desde que elaborar projetos para serem apresentados a órgãos públicos requer um conhecimento específico.
- ²³ Entrevista de um gestor público – concedida em março de 2009).
- ²⁴ No caso de Olinda, há um espaço cedido pelo município para que os grupos realizem apresentações no local.
- ²⁵ Esta ação é bastante questionada, uma vez que o turista, quando chega, tem pressa em sair do aeroporto e não quer parar e observar a apresentação. Além disso, o maracatu passa a ser uma manifestação que faz bastante barulho, muitas vezes parecendo uma grande agitação, e não uma forma receptiva de receber os turistas.
- ²⁶ O programa tem como objetivo estruturar determinados locais de grande potencial turístico e valor cultural da comunidade para torná-los mais aptos a receber visitantes. Além da requalificação dos espaços, a Secretaria de Turismo do Recife promove capacitação e treinamento voltados para o turismo. A definição dos espaços se dá a partir de uma análise dos espaços e das solicitações da própria comunidade sob a supervisão da Fundação Gilberto Freyre. Para a primeira etapa do programa, oito espaços foram contemplados: Arlindo dos Oito Baixos, Terreiro de Pai Adão, Espaço Cultural da Moeda, Bar da Geralda, Clube Bela Vista, Restaurante da Mira, Clube Madeira do Rosarinho, Clube das Pás.
- ²⁷ Após a seleção via edital, o ponto de cultura recebe a quantia de R\$ 185 mil, divididos em cinco parcelas semestrais, para investir conforme o projeto apresentado. Parte da primeira parcela, no valor mínimo de R\$ 20 mil, é utilizada para aquisição de equipamento multimídia em software livre (os programas serão oferecidos pela coordenação), composto por microcomputador, miniestúdio para gravar CD, câmera digital, ilha de edição e o que for importante para o ponto de cultura. Fonte: http://www.cultura.gov.br/cultura_viva/?page_id=31. Acesso em 25 de agosto de 2009.
- ²⁸ Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, que é a inscrição para fins impositivos.

Recibido: 22/05/2014
Aceptado: 03/12/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos



Estudios y Perspectivas en Turismo



Objetivos

Estudios y Perspectivas en Turismo es una publicación con referato de aparición trimestral que analiza al turismo desde la óptica de las Ciencias Sociales y constituye un foro interdisciplinario para la expansión de las fronteras del conocimiento.

Estudios y Perspectivas en Turismo busca encontrar el balance entre teoría y práctica al igual que ir construyendo un campo de conocimientos sólidos en el ámbito del turismo en función del aporte de diferentes ciencias y disciplinas. Se interesa tanto por las contribuciones que pueden realizar los especialistas que proceden del ámbito del turismo como de aquellos que provienen de la antropología, ciencia política, ecología, economía, geografía, psicología, sociología, etc.

En su afán de trascender fronteras, Estudios y Perspectivas en Turismo invita a especialistas de diferentes partes del mundo a enviar trabajos escritos en español, portugués, inglés, alemán y francés.

<http://www.estudiosenturismo.com.ar/>

<http://www.cieturisticos.com.ar/>

La valorización artesana y su repercusión turística. El caso de Chile

Esther Fernández de Paz*
Universidad de Sevilla(España)

Resumen: Este texto busca reflexionar sobre el papel que juegan las administraciones públicas en la defensa y puesta en valor del trabajo artesano. En España, estas competencias han venido recayendo en los organismos dedicados a promover la industria y la economía, sin mantener, incomprensiblemente, relación alguna con los encargados de velar por la defensa y promoción del patrimonio cultural. En la actualidad, la incomunicación parece incluso haberse agravado, desde que tales competencias han pasado a unirse a las de Turismo en muchas Comunidades Autónomas. Ello conduce a una disgregación de esfuerzos, encaminados además a metas distintas, incapaces de aunar la multiplicidad de vertientes que emanan de la artesanía. El modelo chileno que se describe, podría aportar una referencia de actuación, al haber sido capaz de llegar a una enriquecedora conjunción de las diferentes visiones, desde la social hasta la turística, desde la patrimonial hasta la comercial, redoblando así la eficacia de las acciones acometidas.

Palabras Clave: Artesanía; Administración; Identidad; Turismo; Desarrollo; Chile

The artisan recovery and its tourism impact. The case of Chile

Abstract: This paper reflects upon the role of public administrations in the defense and the enhancement of the appreciation of craftsmanship. In Spain, these competencies have fallen upon those organisms dedicated to promoting industry and the economy without maintaining, incomprehensibly, any connection with those organisms responsible for ensuring the protection and promotion of cultural heritage. Nowadays in many autonomous regions this lack of congruency seems to have worsened as such competencies have gone on to relate themselves more towards Tourism. This leads to a breakdown of efforts, aimed at different objectives, unable to unite the multiplicity of aspects emanating from craftsmanship. The Chilean model described herein, could provide a frame of reference for acting, having been able to achieve a rich combination of different views, from the social to the touristic, from the cultural to the commercial, thus doubling the effectiveness of the actions undertaken.

Keywords: Craftwork; Administration; Identity; Tourism; Development; Chile

1. Introducción

Como antropóloga patrimonialista, con muchos años de atención a los aspectos socioculturales emanados de los procesos de trabajo artesanales, nunca dejé de sorprenderme que las competencias administrativas sobre la artesanía radiquen en los Ministerios y Consejerías relativos a Industria y/o Economía, sin que los correspondientes a Cultura tengan, por lo general, la menor influencia. Sólo cuando un oficio, de probado arraigo en una comunidad, cesa por completo su actividad, puede plantearse su catalogación como bien patrimonial, en un intento de proteger su recuerdo, que no su continuidad.

En la actualidad, tanto en el ámbito estatal como en muchas comunidades autónomas, esas competencias han pasado a unirse a las de Turismo, una realidad que expresa por sí misma la finalidad que hoy se atribuye a los productos artesanos; a la par que puede adivinarse fácilmente qué especialidades

* Dra. Antropología Social. Profesora Titular de Universidad. Integrante del Grupo de Investigación GEISA. Presidenta de la Comisión Andaluza de Bienes Muebles de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. E-mail: esther-paz@us.es

concretas van a ser objeto prioritario de ayudas oficiales y de los intentos de fomento. Paralelamente, son cada vez más numerosos los estudios antropológicos centrados en la documentación de saberes tradicionales, como integrantes del patrimonio inmaterial, aunque sin conexión alguna con lo anterior.

Vano ha sido cualquier intento de aunar las miradas, los proyectos y los recursos de estas parcelas administrativas. Ello no constituiría en sí mismo iniciativa novedosa alguna, puesto que ya existen modelos a imitar: ejemplos de un enriquecedor encaje del trabajo de profesionales de la cultura, el desarrollo y el turismo; ejemplos de unificación de esfuerzos para armonizar el mantenimiento actualizado de unas formas de trabajo ancestrales, en base tanto al valor que suponen para la identidad cultural de un pueblo, como por la vitalidad económica derivada. En esta, se hace primordial la oferta al turismo de unos productos artesanos con calidad material y simbólica indiscutibles.

Uno de los casos más interesantes de esta provechosa asociación en pro de sus artes populares es el que se viene impulsando en Chile: organismos estatales, regionales, asociaciones y fundaciones diversas, confluyen en su propósito de preservar, promover y ofertar el trabajo propio y exclusivo de los distintos pueblos que conviven en su territorio, visibilizando al mismo tiempo a sus cultores, de modo que lleguen a nativos y turistas y que ello revierta en su desarrollo socioeconómico¹.

2. Artesanía: una actividad poliédrica

La artesanía, como cualquier otra actividad humana, ofrece innumerables perspectivas de análisis, en función de la óptica, intereses y finalidades que presidan su estudio y su gestión. Cada objeto artesanal contiene unos conocimientos técnicos y unas predilecciones estéticas que reflejan la relación del producto con las pautas vitales de su comunidad, ya que tanto las formas y elementos decorativos como su funcionalidad transparentan una peculiar manera de resolver las necesidades del grupo. Al mismo tiempo, ese objeto encierra una determinada organización social y reporta una cambiante valoración económica. El reto consiste en saber contemplar la artesanía en toda su complejidad.

Como ya hemos analizado en otras ocasiones, muy posiblemente los focos de atención más polarizados son los que la entienden como un sector productivo, con sus correspondientes altibajos en cuanto a potencialidades de desenvolvimiento económico, y los que atienden con preferencia a su vertiente sociocultural.

En principio no cabe duda de que se trata de un sector económico. De hecho, el más antiguo existente, porque antes de la revolución industrial todo era artesanía. Los distintos oficios artesanos fueron hasta ese momento los encargados de surtir a la sociedad de todos los productos necesarios para su supervivencia: desde los más utilitarios y cotidianos hasta los requeridos para actividades lúdicas, manifestaciones religiosas o soluciones decorativas.

Por el contrario, desde el punto de vista cultural, la atención no se focaliza en el producto final, aislado y descontextualizado, por más que la manualidad sea su forma de realización. El interés del trabajo artesano viene determinado por constituir el testimonio de saberes seculares, transmitidos generacionalmente, con los que se siguen elaborando unos objetos cuya morfología, dimensiones, materiales, técnicas y decoraciones, contienen la cosmovisión de una determinada población. Por eso son indisolubles de su territorio y llegan a convertirse en verdaderos modelos identitarios del grupo cultural.

Pero, además, la práctica artesana supone un claro exponente de la dinámica cultural en su creciente adecuación a los dictámenes del modo de producción dominante. Y es aquí donde aparece la conjunción con el fenómeno turístico. No podemos olvidar que el turismo, en la era de la globalización, demanda crecientemente nuevos productos en el mercado, donde la historia, la cultura, la calidad y la exclusividad juegan un papel determinante.

La Unesco, en declaraciones que suscribimos, se reconoce como *“la única organización internacional que tiene una visión global del papel sociocultural y económico de la artesanía en la sociedad y, desde hace numerosos años, se ocupa de desarrollar una acción armoniosa, coherente y concertada en favor de este sector. Los programas dedicados a la artesanía integran actividades de formación y promoción, estimulando la cooperación necesaria entre los organismos nacionales interesados, las organizaciones regionales, internacionales y no-gubernamentales. El objetivo de estas actividades es demostrar a las autoridades concernidas la prioridad que merece la artesanía en los programas nacionales de desarrollo”*².

Bajo estas premisas, la Unesco estimula la creación de productos de calidad e incita a los artesanos a la comercialización de sus productos en el mercado internacional, entendiendo la clara repercusión del sector en términos de desarrollo económico. El objetivo principal no es otro que contribuir a mejorar la condición del artesano.

El Documento de Trabajo de esta Organización: “Construir la confianza: la Artesanía, elemento de desarrollo”, redactado en 1991, deja de manifiesto la importancia cultural de la artesanía como forma de expresión tradicional, pero siempre viva y readaptada a las necesidades contemporáneas (Rodríguez, 1999: 6).

Más adelante, con ocasión del Simposio “La Artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y Codificación Aduanera” (1997), la Unesco ofreció la definición hoy adoptada por la mayoría de países: “*Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente*”³.

Inciendiando en la vertiente mercantil, en 2001 publicó la guía “Artesanía: ferias comerciales internacionales”⁴, donde ofrece toda la información precisa para orientar a los artesanos que desean participar en ellas, al considerar sus ventajas evidentes, tanto para el encuentro con un público variado y numeroso como para establecer contactos con nuevos asociados comerciales.

Sólo dos años después se produce la promulgación de la “Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial”, indicando en su artículo 2º que se manifiesta en los siguientes ámbitos:

- a) *tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;*
- b) *artes del espectáculo;*
- c) *usos sociales, rituales y actos festivos;*
- d) *conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;*
- e) *técnicas artesanales tradicionales*⁵.

Al incluir las técnicas artesanales tradicionales entre las expresiones del patrimonio inmaterial, la Unesco enfoca ahora la atención en el simbolismo y el reflejo cultural de todo objeto artesanal: por encima de la materialidad quiere subrayar la importancia de mantener vivos unos conocimientos y unas técnicas de trabajo, moldeadas por una determinada comunidad a través de los tiempos.

En sí, este reconocimiento venía ya siendo destacado desde la “Recomendación para la Salvaguarda de la Cultura Tradicional y Popular”, adoptada en 1989. En su definición de cultura tradicional y popular como “*el conjunto de las creaciones de una comunidad cultural basadas en la tradición*”, detallaba que “*estas formas comprenden, entre otras, la lengua, la literatura, la música, el baile, los juegos, la mitología, los ritos, los usos, la artesanía, la arquitectura y otras artes*”⁶. Tras alentar a su identificación, conservación y difusión, recomendaba la cooperación internacional en varias vertientes, incluida la defensa de los derechos de propiedad de estas manifestaciones; tarea nada fácil cuando la autoría no se considera individual sino del conjunto de un pueblo, etnia o comunidad determinada. Un campo complicado en el que se concentran los esfuerzos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, a través del Comité Intergubernamental que incluye los conocimientos tradicionales y el folklore⁷.

Por su parte, la “Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales”, redactada en 2005, define la diversidad cultural como “*la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades*” (artº 4), la valora “*por crear un mundo rico y variado que nutre las capacidades y los valores humanos*” y reconoce en el Preámbulo “*la importancia de los conocimientos tradicionales como fuente de riqueza inmaterial y material, en particular los sistemas de conocimiento de los pueblos autóctonos y su contribución positiva al desarrollo sostenible, así como la necesidad de garantizar su protección y promoción de manera adecuada*”⁸.

Todas estas consideraciones insuflan aliento a los artesanos para incentivar la producción y comercialización de sus objetos. Fiel al apoyo que viene prestando, en el año 2007 la Unesco publicó una nueva guía práctica, “Los diseñadores encuentran a los artesanos”, explicitando su necesidad por el hecho de que “*con la ampliación de los mercados y el espectacular crecimiento del turismo, el contacto tradicional, personal y directo, entre los creadores y los usuarios se interrumpe. El artesano ya no puede asumir, como en el pasado, el papel de diseñador, productor y vendedor*”⁹.

La guía se concibe, por tanto, como una herramienta de trabajo para todas las personas intervinientes de una u otra forma en el proceso.

De este modo, hoy estamos en condiciones de poder reafirmar documentadamente la tesis planteada por García Canclini en la década de los ochenta del pasado siglo: que las artesanías no pueden ser

concebidas “como supervivencia atávica de tradiciones u obstáculos disfuncionales para el desarrollo” (1982: 67). Muy al contrario, han ido encajando de pleno en la lógica del imperante sistema capitalista.

3. La necesidad de categorizar: algunas tipificaciones artesanas

Ciertamente existe un tipo de producciones artesanas que encaja a la perfección con las ofertas creativas actuales. Se suele calificar de “artesanía urbana” o “neoartesanía” porque introduce y asume con toda naturalidad cambios y adaptaciones intencionadamente provocados. A veces pueden ser objetos no referenciales de una cultura o grupo humano específico, a pesar de que incluso en los acomodados a las tendencias más generalizadas, un trabajo artesano siempre manifiesta de alguna manera la vinculación con el territorio de creación.

En el lado opuesto se halla la denominada “artesanía tradicional”, esto es, la que mantiene visiblemente las pautas culturales del grupo productor. Es justamente la artesanía que mejor conserva unos modos de hacer ancestrales, que trabaja con formas y elementos singulares y representativos del colectivo, tras pasados generación tras generación. Ello no obstante, no significa inmovilismo. Cada nueva generación dejará la impronta de su tiempo, reflejando así la propia evolución del grupo en cuestión.

Cuando, además, esta artesanía proviene de pueblos originarios -lo que referido al territorio latinoamericano equivale a descendientes de las poblaciones prehispánicas- se habla entonces de “artesanía indígena”. Por lo general, suele asociarse más estrechamente con objetos rituales, receptores y transmisores en sí mismos de los más atávicos saberes de dichas culturas.

No son pocos los conocimientos, diseños, decoraciones y funciones de artefactos, perdidos entre los pueblos originarios de todos los continentes a lo largo de las imposiciones coloniales. Sólo muy recientemente estamos asistiendo a un esfuerzo de recuperación de las memorias culturales, productos artesanales incluidos, en parte movilizado por la defensa de su patrimonio identitario, en parte guiado por la necesidad de desarrollo económico. Los cambios inevitables vienen más referidos a la pérdida de valores simbólicos de muchos de los objetos producidos en la actualidad, en su ajuste al destino preferente: el mercado turístico.

Sumado a ellos, en el caso concreto de Latinoamérica suele establecerse un grupo diferenciado de los anteriores, bajo el epígrafe de “artesanía rural”, integrado por la que mejor compendia las formas de vida campesina. “*En estas artesanías es donde se logra, con mayor acierto, la mezcla de la cultura indígena e hispánica*” (Programa Artesanía, 2003: 23).

Un último apartado supone la artesanía elaborada expresamente para la venta turística, eufemísticamente denominada “artesanía del recuerdo” pero mayoritariamente conocida como simple “souvenir”. Al ser piezas fabricadas intencionadamente para el turista, tienden a reproducir los estereotipos más extendidos, con los que la población local no suele identificarse, y a veces necesita añadir la leyenda “Recuerdo de...” como prueba de su falsa autenticidad. Los especialistas en Antropología del Turismo hablan de “*réplica comercializada de la artesanía tradicional*” y analizan detenidamente cómo estos productos han adaptado su tamaño, calidad y precio a los requisitos del comprador (Santana, 1997: 101).

En definitiva, encontramos diversas clasificaciones para la artesanía, que se han ido fraguando con el transcurso del tiempo, a veces perfilando sus límites, a veces desdibujándolos, en un intento constante por diferenciar unas producciones de otras, especialmente cuando de ello depende una específica valoración tanto cultural como económica.

4. Variaciones históricas en la consideración de la artesanía chilena

El Estado chileno del siglo XXI contiene en su seno todas estas modalidades artesanas, cada cual con sus características y peculiaridades. En la actualidad todas son reconocidas y valoradas y de todas se ocupan las políticas públicas. Pero no siempre ha sido así.

Si el normal desarrollo de las expresiones culturales de las distintas etnias originarias se vio drásticamente violentado, cuando no interrumpido, en el largo periodo colonial, no fue menos devastador el proceso de reajuste y consolidación de fronteras de la república independiente. El siglo XIX implementó la práctica de la “chilenización”, un estudiado mecanismo de aculturación que buscaba alcanzar una única identidad chilena. Con el dirigismo de la educación pública y el refuerzo que suponía el servicio militar obligatorio, se fue extendiendo la política estatal de “civilización o barbarie”: para ser civilizado y adentrarse en la modernidad había que abandonar los atrasados patrones culturales indígenas -desde la indumentaria

hasta el habla, desde las actividades hasta los rituales autóctonos- y chilenizarse. Así se fue avanzando en la reconversión del componente indígena, o lo que es igual, en la homogeneización cultural.

El pueblo aymara fue uno de los que sufrió este proceso con mayor virulencia, tras las disputas territoriales que culminaron con la Guerra del Pacífico, así como el pueblo mapuche, igualmente dividido por las fronteras estatales, en este caso argentina¹⁰. No obstante, las mismas directrices de absorción de lo indígena llegaron a todos los rincones del país. De ahí que en Chile se perdiera mucha de la artesanía de sus pueblos originarios.

Habría que esperar a la década de los treinta del siglo XX para que un reconocido investigador, Tomás Lago, inicie una campaña de concienciación sobre el valor de la artesanía tradicional. La “Primera Exposición de Arte Popular” que organiza en 1935 podría considerarse el principio del fin del desprestigio de las producciones artesanas. Lo que se acentúa no es precisamente la insoslayable vinculación cultural de los objetos con sus sujetos creadores sino su papel en el patrimonio nacional chileno y, además, muy escorado hacia posiciones esteticistas. Baste resaltar la denominación de “arte” popular o la elección del Museo de Bellas Artes de Santiago para su celebración. Sin embargo, inicia el camino para la reconsideración del pasado indígena. De hecho, Lago consiguió introducir el estudio de estas manifestaciones en el mundo académico, con el consiguiente cambio de mirada que ello comporta.

Tras algunas otras exitosas experiencias, en 1943 la Comisión Chilena de Cooperación Intelectual y la Universidad de Chile organizan la “Primera Exposición de Arte Popular Americano”, invitando así a otros países vecinos, e igualmente celebrada en el Museo de Bellas Artes. Muchos de esos objetos conformaron la colección inicial para la apertura, al año siguiente, del Museo de Arte Popular Americano.

La dimensión artística de estas realizaciones sigue primando en eventos como la “Primera Feria de Artes Plásticas”, que reunió en Santiago a artesanos junto a pintores y escultores, en 1959. Ese mismo año, en el contexto de la “Mesa Redonda de Arte Popular Chileno”, organizada por la Universidad de Chile, además de otras diferencias, se debatieron las concernientes a “arte popular” y “artesanía”, incidiendo en la organización de esta, frente a la espontaneidad creativa del arte popular: *“Es un hecho que la producción de arte popular cuando alcanza cierto éxito tiende a convertirse en artesanía, esto es, tiende a desarrollar la organización de una industria”* (Sociedad Amigos del Arte Popular, 1959: 30).

No por casualidad, será en los años sesenta cuando la atención hacia la artesanía comience a ser económica. Son momentos de desarrollismo, de alza de la pequeña industria, prisma bajo el que puede contemplarse el trabajo artesano; al tiempo que el turismo empieza a convertirse en un fenómeno de masas, potenciales compradoras de todo tipo de objetos artesanos.

Debido a ello, la década siguiente asiste a numerosos programas y proyectos de apoyo a la artesanía, comenzando por el que promovió en 1971 el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) para la “Artesanía Típica Chilena”; un nuevo concepto que requería una nueva definición, casando en lo posible el aspecto cultural con el económico: *“Sector que produce artículos tradicionales modernos, folklóricos, decorativos y artísticos –utilitarios u ornamentales– a base de materias primas nacionales, con gran predominio del trabajo manual, como medio permanente o provisional de trabajo, y fuente principal o complementaria de ingresos”* (Rodríguez, 2008: 30).

En aquellos momentos, el escultor y artesano Lorenzo Berg multiplicaba esfuerzos buscando espacios expositivos para los artesanos y comisariando ferias conjuntas de artes plásticas y artesanía en distintos lugares del país. Con esa dilatada experiencia y promovido por la Universidad Católica de Chile, comenzó a organizar la “Primera Feria de Artesanía Tradicional”. En una época de infraestructuras tremendamente deficientes, cuando no inexistentes, Berg viajó por todo el territorio chileno animando a los artesanos a acudir a Santiago a participar en la muestra. Obviamente se les abonaban los gastos y entre todos levantaron los pabellones e hicieron posible la culminación del proyecto. Es el año 1974, ya en pleno gobierno de Pinochet, circunstancia que no nubló el enorme éxito del evento ni su continuidad. El propio Berg siguió organizando las Ferias hasta su muerte en 1984, a la vez que creó un programa de documentales sobre la vida de los artesanos en su lugar de residencia.

Pero el período de la dictadura militar supuso el retorno a las políticas homogeneizadoras, disfrazadas ahora con la envoltura del desarrollo económico. A las comunidades indígenas se las considera incapaces de progresar por sí mismas, por lo que se las convierte en receptoras de subvenciones estatales en pro de su modernización e integración en la ideología nacionalista.

En lo referido expresamente a la actividad artesana, el control será ejercido por el Centro de Madres (CEMA), una organización creada en 1957 para el apoyo a mujeres necesitadas, ahora encabezada por la esposa del dictador con la ayuda de monitoras voluntarias, que llegó a contar con 10.000 centros distribuidos por todo el país. Lo definitorio del trabajo artesano se ciñe al aspecto técnico y lo único que cuenta son las manos capaces de producir manualidades. A cambio, en los puestos de venta para

turistas van aumentando los souvenirs, idénticos en forma, tamaño y precio por todos lados, al ser manufacturas prácticamente industriales, vendidas por artesanos no productores sino comerciantes.

Pero al mismo tiempo, durante la dictadura fueron muchos los científicos sociales que se refugiaron en las periferias para escapar de la represión política, y de eso se beneficiaron las comunidades receptoras. Sus enseñanzas y su trabajo, comprometido con las poblaciones indígenas, no sólo ofrecen un modelo distinto de desarrollo socioeconómico sino que, además, van extendiendo la conciencia de la identidad cultural.

En un proceso similar al que se vive en otros países latinoamericanos, *“los nuevos protagonistas del fomento artesanal, los antropólogos indigenistas, no se limitan a aplicar el criterio estético-tradicional heredado de sus antecesores, los artistas, para valorar la importancia de las artesanías”* sino que ahora *“se inserta en el conjunto de medidas denominado ‘desarrollo de la comunidad’, dentro del que el aislado objeto artístico de las exposiciones se reintegra en el contexto de su producción y comercialización”* (Dietz, 1995: 104).

De manera progresiva, los miembros de pueblos originarios que habían crecido al margen de su identidad cultural, empiezan a comprender la pérdida de la misma e inician las reivindicaciones. Muchos ni tan siquiera eran conscientes de ser descendientes de pueblos indígenas, de tener -parafraseando a Isabel Hernández (1993)- su identidad enmascarada, y algunos emprenden estudios universitarios para formarse y poder profundizar en las raíces culturales propias. Sólo así pueden comenzar a ser los ejecutores de su destino.



Con el retorno de los gobiernos democráticos cambian las políticas indigenistas. En 1993 se promulga la “Ley sobre Protección, Fomento y Desarrollo de los Indígenas”. De ella deriva la creación del Consejo Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI), que atiende la acción del Estado en favor del desarrollo de estas comunidades. Uno de sus programas, enfocado a iniciativas de difusión local, anima a personas, comunidades y asociaciones indígenas a presentar proyectos para la realización de talleres, capacitaciones, muestras y publicaciones en materia de artesanía tradicional, entre otras.

No obstante, una de las claras manifestaciones del creciente protagonismo asumido es la proliferación de asociaciones indígenas, conformadas por colectivos muy específicos y muy repartidos por

todo el territorio chileno, que comparten el afán por rescatar sus derechos, desterrar imposiciones, preservar su identidad e impulsar su economía¹¹. A este fin, artesanía y turismo se erigen sin duda como los sectores más solventes. En la actualidad no son pocas las asociaciones indígenas que ofrecen una atención especializada al turista, dando a conocer su cultura a través de sus servicios y de sus productos artesanos.

Por una parte, ya viene siendo usual encontrar guías autóctonos, de amplia formación académica, que han asumido la gestión de sus territorios, que controlan sus propios recursos y lo revierten en su desarrollo. Nadie mejor que ellos para su cuidado, manteniendo un profundo respeto por la naturaleza, que ni la dependencia del turismo ha logrado modificar¹². Así entendidas, estas nuevas prácticas, lejos de suponer la mercantilización de su cultura, están reflejando un modo práctico de adaptación a la realidad actual, capaz de reportar beneficios económicos, culturales y ambientales a sus protagonistas (Pereiro, 2013).

Junto al turismo indígena, los artesanos, al recuperar técnicas y diseños tradicionales en los productos que ofertan, no sólo encuentran una vía de ingresos sino que los convierten, además, en una eficaz forma de recreación identitaria. Y no sólo de cara al turista, ya que, como indican Báez y Collin, *“las artesanías se difunden en la sociedad mayoritaria como símbolos étnicos diferenciales, para que esta acepte la pluralidad cultural del país que las artesanías expresan”* (1981: 7).

Sin embargo, aquí sí se patentiza la prioridad dada al mercado turístico: la insistencia en determinados productos y materiales es una respuesta a las preferencias del turista. Se recupera lo más fácilmente vendible, como es el caso, por ejemplo, de los tejidos de llama o alpaca¹³, y se relegan necesidades internas, como pudieran ser los conocimientos de luthería para la fabricación de instrumentos musicales propios.



De igual manera, el incremento del turismo ha activado inconmensurablemente la oferta de objetos trabajados con lapislázuli, una piedra semipreciosa de inconfundible tonalidad azul. De hecho se declaró piedra nacional en 1984, aunque en 1993 se cambió por la combarbalita, una roca volcánica fuertemente alterada; materiales ambos que ya labraban los diaguitas en tiempos prehispánicos y

que hoy se trabaja en casi todo el territorio chileno. Y es que, como es obvio, la artesanía de Chile no proviene exclusivamente de comunidades indígenas¹⁴. La mayoría de los objetos artesanales son fruto del mestizaje cultural, de la mezcla de conocimientos técnicos y de gustos estéticos que el devenir histórico ha ido asentando.

Mención aparte merecen los trabajos elaborados por la cultura rapa nui, etnia de ascendencia polinesia sin conexión alguna con el origen y evolución de las culturas amerindias pero anexionada a Chile en 1888. Desde entonces la Isla de Pascua es receptora de un creciente turismo al que ofrecen reproducciones en madera de sus moais y personajes legendarios, a pesar de la escasez de este material en la isla, a la vez que han desarrollado una especialización en piezas de adorno realizadas con conchas marinas.



5. Protección institucional: políticas multidisciplinares de fomento artesano

El siglo XXI arrancó con la creación, concretamente en el año 2003, de un Área de Artesanía en la División de Cultura del Ministerio de Educación, con el objetivo de trabajar por el reconocimiento, valoración y fomento de la actividad artesanal. Ese mismo año se crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), organismo público autónomo encargado de implementar las políticas de desarrollo cultural, y el Área de Artesanía pasó a formar parte de esta institución¹⁵. Seguidamente se instaura el 7 de noviembre como “Día Nacional del Artesano” de modo que, desde 2003, todos los cultores de la artesanía chilena encuentran en esa fecha una conmemoración y reconocimiento, junto con actividades de promoción y valoración de su actividad.

a) Fundación Artesanías de Chile

Como remate de las actuaciones en pro de la artesanía, 2003 asiste también al arranque de la Fundación Artesanías de Chile¹⁶. Se trata de una entidad sin fines de lucro, dependiente de la Dirección Sociocultural de la Presidencia aunque con participación privada. Su misión es preservar y difundir las expresiones culturales chilenas representadas por las obras de los artesanos, a fin de mejorar su calidad de vida y brindarles mayores posibilidades de desarrollo sociocultural y económico.

En su interior trabaja un competente equipo multidisciplinar, que está incrementando notablemente la vitalización de las formas de trabajo tradicionales, más allá de la obvia comprensión de la trascendencia de la producción artesana en el sector turístico. Son ellos quienes gestionan la “Red de Artesanías de Chile”, integrada en la actualidad por casi 2.000 artesanos: algo más de la mitad proceden de pueblos originarios, más del 80% son mujeres¹⁷ y en igual proporción son del quintil I y II¹⁸.

El artesano que desea ingresar en la Red presenta una o varias de sus creaciones, acompañadas de la referencia a su trayectoria profesional, y una comisión experta en distintas especialidades se reúne periódicamente para estudiarlas, analizando con detalle la calidad técnica y adecuación al modelo tradicional. Superado este análisis, el artesano queda incluido en la Red y su producto es adquirido por la Fundación para ser comercializado en sus tiendas. Si el mismo artesano desea presentar otros productos, debe iniciar todo el trámite porque la evaluación es hacia cada objeto concreto. También puede hacerse la comprobación sobre el terreno, cuando son los miembros de la Fundación quienes visitan a los artesanos en sus localidades.

En todos los casos se acuerda la cantidad de piezas que el maestro es capaz de elaborar mensualmente del producto incluido en la Red, y a eso se comprometen: él a entregarlas y la Fundación a comprárselas. El precio lo establece en principio el artesano pero la Fundación puede incluso elevarlo si lo considera oportuno. Es la filosofía del comercio justo. A ese precio se comercializa, aunque el artesano recibe todos los meses el importe de su trabajo independientemente de que se venda o no. Con eso obtiene lo más parecido a un sueldo fijo y a una mínima estabilidad económica. Y ello conduce a su vez a que los hijos que no querían proseguir la actividad por su escasa rentabilidad, ahora sí se animan a continuarla y manteniendo, además, las pautas tradicionales.

Sumándose a las seis tiendas repartidas a lo largo del país, el pasado 2013, coincidiendo con el décimo aniversario de su puesta en marcha, la Fundación inauguró una más, esta vez en el aeropuerto internacional de Santiago. En el acto intervino una representación de los artesanos integrantes de la Red y uno de ellos, el orfebre mapuche Giovanni Millao, indicó que: *“como artesano y en representación de todos los artesanos de Chile, estamos muy contentos porque esto va a ser una gran vitrina que va a difundir nuestra artesanía y cultura a nivel internacional, y quienes se lleven una de estas piezas, llevarán también un sentimiento, un cariño de las piezas que nosotros hacemos y también nuestras cosmovisiones que se expresan en nuestras artesanías”*¹⁹.

La nueva tienda, de grandes proporciones, ofrece objetos de las diferentes culturas originarias así como de diversas poblaciones que sobresalen por la singularidad de su artesanía, todas reseñadas en un gran mapa de Chile que facilita su localización y contextualización. En este espacio no sólo se pone al alcance del viajero internacional muestras de las variadas expresiones culturales chilenas sino que, como era de prever, se han aumentado considerablemente las ventas de la Fundación, con la consecuente repercusión en la posibilidad de incremento del número de artesanos que obtienen cada mes un ingreso complementario fijo.

En verdad, las ubicaciones de los puntos de venta de la Fundación nunca son arbitrarias sino que buscan la máxima afluencia turística. Uno de los más destacados, sin duda, se halla en el Centro Cultural Palacio la Moneda de Santiago, lugar de obligada visita, donde además de la posibilidad de adquirir los objetos artesanos, se dedica una amplia área a exposiciones temáticas, montadas por museólogos profesionales, a fin de ahondar en el conocimiento de sus técnicas y valores culturales. Otro camino más en la valorización de las artesanías tradicionales chilenas.

Esa misma zona es utilizada para la realización de talleres didácticos, impartidos por maestros artesanos de la Red y dirigidos fundamentalmente a escolares. De esta forma los chicos dialogan con el artesano, aprenden y realizan sus pequeños trabajos que luego llevan a sus casas, introduciendo así la artesanía en el ámbito urbano.



Esta política de talleres con reconocidos maestros es practicada asimismo en distintas localidades, sea en las escuelas rurales, sea en colectivos o asociaciones, siempre con la idea de fomentar la práctica artesana propia del lugar y traspasar el conocimiento a nuevas manos, fortaleciendo con ello la identidad local.

Al mismo tiempo, estas enseñanzas encuentran un sólido acomodo en el área social que la Fundación desarrolla. Un claro ejemplo son los talleres de “Formación de Aprendices” en el interior de centros penitenciarios o los programas educativos orientados a niños con altos índices de vulnerabilidad social, emprendidos junto a otras fundaciones benéficas; o los cursos en gestión comercial pensados para la “Mejora a la empleabilidad para artesanos y artesanas tradicionales de zonas rurales”, en colaboración con el Ministerio del Trabajo.

Ello sin olvidar intervenciones extraordinarias, como la que se abordó para los damnificados por el devastador terremoto de 2010. “Epicentro, territorio artesanal” supuso un intento de paliar las terribles repercusiones económicas, además de sociales y personales, de los artesanos afectados por la catástrofe. Como recoge la publicación editada al efecto (Fundación Artesanías de Chile, 2011), se registraron 1.294 artesanos que habían sufrido daños considerables, siendo muchos los que habían perdido no sólo su hogar sino también sus talleres y herramientas y, por tanto, su fuente de ingresos y su forma de vida. El proyecto contempló que 31 artesanos impartieran talleres de los oficios afectados a casi 3.000 niños y profesores de colegios damnificados, en el espacio expositivo de Epicentro, así como en las regiones más castigadas. Ello les permitió seguir desarrollando su actividad y, unido a las ventas alcanzadas, colaborar en la reconstrucción.

b) Tesoros Humanos Vivos

En muchas ocasiones hemos defendido la figura de protección denominada “Tesoros Humanos Vivos”, auspiciada y recomendada por la Unesco desde 1993 y reafirmada con énfasis tras la promulgación de la “Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial” en 2003.

Al año siguiente, en las “Directrices para la creación de sistemas nacionales de Tesoros Humanos Vivos”, la Unesco anima a “identificar a los depositarios del patrimonio cultural inmaterial, algunos de los cuales serán reconocidos mediante una distinción oficial e incitados a seguir desarrollando y transmitiendo sus conocimientos y técnicas”²⁰.

Refiriéndose en concreto a las “Técnicas artesanales tradicionales”, puntualiza que la finalidad es garantizar que los conocimientos se transmitan a las generaciones venideras, de modo que se siga practicando en las comunidades como medio de subsistencia y como expresión de creatividad e identidad cultural, y asegura que la oferta de incentivos financieros a aprendices y maestros es un medio eficaz para reforzar y consolidar los sistemas de aprendizaje, ya que hace más atractiva la transferencia de conocimientos para todos ellos²¹.

Aunque la normativa patrimonial española todavía no contempla esta figura, son muchos los Estados que la han adoptado. No todos han recogido literalmente el término propuesto (THV) pero comparten idéntico deseo de asegurar la transmisión de unos conocimientos considerados de singular importancia cultural para sus respectivas comunidades. Tampoco todos establecen la delimitación de igual manera: Francia, por ejemplo, lo reserva exclusivamente a la actividad artesana, mientras otros, como Japón -país gestor de la idea en 1950-, lo amplía a las artes del espectáculo, y algunos otros incluyen cualquier manifestación de su patrimonio inmaterial. Este último es el caso de Chile desde la puesta en marcha de la iniciativa en el año 2009. De ahí que el organismo encargado de su gestión sea el Departamento de Ciudadanía y Cultura del CNCA, con sede en Valparaíso, a quien compete la gestión del patrimonio inmaterial chileno.



El objetivo manifiesto del “Programa de Reconocimiento de Tesoros Humanos Vivos” es “*salvaguardar y difundir nuestro PCI a través del reconocimiento, registro y transmisión de conocimientos tradicionales*”, por lo que está destinado a “*cultores y comunidades portadores de tradición de todo el país con foco en cultura tradicional y pueblos originarios*”²². En palabras de la ministra presidenta del CNCA, la iniciativa busca “*salvaguardar la multiplicidad de culturas que nos definen como sociedad y así favorecer la cohesión de nuestro país*”, precisando que “*me detengo en la palabra reconocimiento y no en la idea de un premio, porque esto no es una competencia ni un concurso*”²³.

De esta forma se viene reconociendo cada año a tres artesanos individuales y a tres agrupaciones o colectivos, poseedores de saberes arraigados y representativos de una comunidad o grupo determinado, a fin de revalorizarlos y fomentar adecuadamente su desarrollo y continuidad.

El proceso²⁴ arranca cada anualidad con la presentación formal de candidaturas a través de patrocinadores, individuales o institucionales; de hecho, la Fundación Artesanías de Chile apoya cada año tres postulaciones. En la evaluación intervienen en primer lugar los cuatro Comités Expertos Zonales, que analizan las solicitudes pertenecientes a sus respectivas regiones, en base a los criterios de: relevancia de la práctica o manifestación, excelencia en la aplicación de conocimientos y técnicas, dedicación de la persona o de la comunidad, voluntad de seguir desarrollando sus conocimientos y compromiso de transmitirlos. Los seleccionados pasan entonces al examen del Comité Experto Nacional, integrado por un jurado versado en las distintas manifestaciones del patrimonio cultural, quien elige finalmente a los nuevos THV, privilegiando el carácter excepcional del cultor y el riesgo de desaparición de sus conocimientos²⁵.

Para los solicitantes sobresalientes que no llegan a alcanzar el reconocimiento, se ideó la categoría de “Cultores Destacados”. Así se prestigan sus méritos sin que ello les prive de volver a presentar su candidatura. Justamente este año 2014 se ha introducido la novedad de incluir de pleno derecho a los destacados de las dos ediciones anteriores para evitarles repetir los trámites.

La entrega de los títulos oficiales se lleva a cabo en una solemne ceremonia pública, en la que también se procede al pago de las gratificaciones económicas que conlleva la distinción y que los interesados se comprometen a destinar a acciones encaminadas al desarrollo de su actividad.

En esta misión, lo esencial es la transmisión de los conocimientos. De ahí nace la denominación “Portador de Tradición”, título descriptivo del papel que asumen los THV cuando recorren las escuelas para regalar sus saberes a los más jóvenes. Así viene haciéndose desde hace años y la idea siguiente es incluir estas enseñanzas en los libros de texto, recogiendo con ellas el testimonio de la diversidad cultural. La experiencia ya está dando sus frutos. No pocos adolescentes desmotivados ante la instrucción académica, se han entusiasmado con la práctica artesana y no sólo recogen las técnicas sino que, como es lógico, vuelcan su creatividad. Un solo ejemplo: los delicados objetos de crin de Rari²⁶, que siempre han sido elaborados por mujeres, ahora los practican también los chicos, ideando nuevas formas, como los anillos para regalar a sus “pololas”, nunca vistos hasta ahora, y las artesanas se muestran fascinadas. Otro caso digno de mención es el de la ceramista mapuche Dominga Neculmán, con una confesada necesidad vital de enseñar, que empezó a dar clases en el colegio de Temuco y hoy las imparte incluso en la universidad.

Para la labor de difusión generalizada, el CNCA se encarga de acometer los registros etnográficos, fotográficos y audiovisuales. Especialmente estos últimos constituyen un poderoso medio de transmisión. Por ello, los primeros se grabaron con un carácter marcadamente antropológico pero paulatinamente fueron tomando un cariz más divulgativo para facilitar su emisión en televisión y cualquier otro medio generalista y que llegue a todos los rincones del país. Cada año se edita la colección correspondiente a los nuevos THV, una serie de documentales que a través de historias de vida se adentra en el legado cultural que estas personas entregan a sus comunidades, y que siempre se presenta acompañada de un cuadernillo explicativo: “*De manera progresiva la sociedad chilena se ha vuelto más inclusiva y multicultural, valorando la diferencia y la diversidad como un capital humano que fortalece nuestro sentido de pertenencia e identidad. En este contexto es posible entender la adopción en Chile del programa UNESCO Tesoros Humanos Vivos, el primer país en Latinoamérica en implementarlo*”.

Esta misma publicación, correspondiente al año 2011, puntualiza cómo, gracias a la iniciativa, Chile cuenta con el primer diccionario yagán, producto del reconocimiento a la última hablante de esa lengua, a la vez que las piezas artesanas de Rari ya se pueden encontrar en la boutique de la Unesco en París. Dicho de otra manera, el apoyo a estos chilenos excepcionales revierte en riqueza cultural y económica para todos.

6. Artesanía y diseño: demanda turística de creación artesana

En la actualidad nadie cuestiona que el turista se ha convertido en el mejor cliente de los productos artesanos, por lo que hoy más que nunca se hace imprescindible la unión de los profesionales de la Antropología y el Turismo.



En principio ello evitaría la confusión entre la artesanía de raíz tradicional y elaborada con la calidad requerida, y la mera industria del souvenir, esa supuesta artesanía que produce objetos a gran escala y de bajo costo, repitiendo las formas y decoraciones que el turismo de masas demanda como típico en cada lugar. Barroso habla irónicamente de “industrianía” y apostilla que esos productos pueden provenir de lugares remotos, sin reportar ningún beneficio a la región (2004: 6).

Tales objetos han conseguido inundar las plazas y mercados de cada localidad turística, adueñándose de los sitios donde secularmente se ha vendido la artesanía. Cuanto menos, han ido conquistando espacio junto a los verdaderos artesanos productores, quienes, ante esta obligada convivencia, suelen trabajar ante los ojos de los visitantes para marcar la diferencia con los simples vendedores de productos adquiridos.



Quizá por ello resultan tan valiosas las tiendas que aseguran el rigor de la procedencia y calidad de los productos ofertados, al modo de las promovidas por la Fundación, o los espacios reservados para pueblos originarios, como pueda ser el “Centro de Exposición y Comercialización de Arte Indígena”, que aymaras, mapuches y rapa nui comparten en el Cerro Santa Lucía de la capital chilena²⁷.



Sin embargo, de estos canales de comercialización queda fuera el creciente sector que conforman los artesanos urbanos, creadores de piezas que buscan justo las innovaciones en materiales y formas, ensayando a partir de tradiciones consolidadas, y trabajadas con tal calidad que muchas de ellas vienen siendo merecedoras de la distinción “Sello de Excelencia” que desde el año 2008 otorga anualmente el Comité Nacional de Artesanía de Chile²⁸.

Debería ser evidente que la artesanía, como cualquier otro producto cultural, es dinámica en el tiempo. Acorde con los nuevos destinatarios, modifica sus formas, adaptando motivos tradicionales a las actuales tendencias estéticas, o cambia su función, despojándola del simbolismo original para abrir su uso a cualquier consumidor. Es así como los jóvenes reflejan el cambio de costumbres, usos y significados; es así como expresan en sus obras la adaptación de la herencia cultural recibida.

En Chile, es hacia 1990 cuando puede situarse el arranque de un interesante diálogo entre artesanos y diseñadores, que está dando como resultado unas piezas artesanas tan innovadoras como reconocibles en su tradición. En esta empresa ha tenido mucho que ver, ya en el siglo XXI, la incorporación en la Escuela de Diseño de la Universidad Católica de talleres en los que el estudiante aprende directamente del artesano y juntos proyectan trabajos originales; un modelo de colaboración que también se está implantando en Valparaíso y otras universidades. En 2005, en asociación con la Fundación Artesanías de Chile, experimenta el “Taller Piloto Artesanía+Diseño”, con el fin de actualizar los objetos de lapislázuli, combarbalita, cobre y lana de localidades específicas, “otorgando mayor valor agregado y mejorando posibilidades de comercialización” (Programa de Artesanía, 2008b: 18-19).

En realidad se trata de una tendencia incentivada por la Unesco ese año, a través del Programa de Artesanía y Diseño, con el objetivo de “potenciar el fructuoso vínculo entre estos sectores, donde mujeres y hombres dedicados al diseño y la artesanía, contribuyen al bienestar y el desarrollo de sus países”, tal como explica el “Dossier Unesco Taller A+D”, que recoge el encuentro que tuvo lugar en Santiago unos años después, corroborando la continuidad del proyecto (2009: 9). Desde entonces, la artesanía chilena está asistiendo a grandes avances en este derrotero: materias primas ancestrales

empleadas en la fabricación de nuevos productos, objetos tradicionales elaborados con materiales recientes, manufacturas habituales trazadas ahora con diseños novedosos, maneras desconocidas de plasmar los colores en los textiles tradicionales o de insertarles nuevas texturas... (Dannemann, 2003: 10-12; Ubilla, 2011: 4-7).

Es sobre todo cuando las colaboraciones entre diseñadores y artesanos se adentran en las parcelas más asentadas, cuando afloran los cuestionamientos sobre si esta intervención puede interrumpir el normal desarrollo de la artesanía tradicional o si, por el contrario, la afianza en su tiempo (Rodríguez y Alfaro, 2007: 5). Hasta el momento, lo que parece indudable es que con una sensata gestión que contemple a la vez el desarrollo económico y cultural, las originalidades no obstan, sino al contrario, para el fortalecimiento de la práctica artesana de un lugar determinado y la propagación de su conocimiento. Tal como expresó Susana Cabrera, de la “Agrupación Chamanto Villa Rari”: *“La gente sabe que el trabajo en crin se da solamente en nuestra comunidad, en ninguna otra parte se da. Nosotros nos sentimos dueños de esta artesanía”* (Rodríguez, 2008: 42).

En efecto, la creciente fama de la artesanía de Rari ha motivado el aumento considerable del turismo internacional en la localidad. Ello ha dado pie a un nuevo aliciente para las artesanas: iniciarse en la lengua inglesa como vehículo imprescindible de comunicación, misión para la cual en el año 2012 lograron obtener fondos del Ministerio de Desarrollo Social y profesorado de la Escuela de Pedagogía de la Universidad de Maule para su adiestramiento²⁹.

Uno de los últimos pasos que aún restaba por dar era la aceptación de estas nuevas producciones en la prestigiosa “Muestra Internacional de Artesanía Tradicional”, algo que venía reclamándose insistentemente y que al fin se hizo realidad en la 35^o Muestra, celebrada en 2008. Tal como razona el Programa de Artesanía de la UC³⁰ en su presentación: *“Las nuevas generaciones se expresan de distinta manera, los significados implícitos cambian, la demanda del público también, los intereses varían. [...] La Muestra ha cambiado, porque hacerlo pertenece a la esencia de lo humano, por ende también de la Artesanía [...] Este es el corazón de la Muestra. La vida de pueblos que cuentan en una pieza de artesanía su historia, su cosmovisión, en definitiva, su identidad”* (2008a: 2-3).

En la misma lógica, hoy el Área de Artesanía del CNCA se incluye en el Departamento de Fomento de las Artes e Industrias Creativas, que comprende las denominadas industrias emergentes, *“ampliando su mirada hacia las posibilidades de instalar esta actividad, eminentemente patrimonial, dentro del universo de disciplinas culturales rentables desde su puesta en valor”*³¹.



6. Conclusión

De este breve acercamiento se desprende la indiscutible y agradable sensación de que, en la actualidad, Chile valora la artesanía, el producto, pero sobre todo valora al artesano, a la persona. En ello ha tenido mucho que ver la eficacia de cohesionar distintos enfoques profesionales en los equipos de trabajo ocupados de su gestión. De ahí nuestra llamada al imprescindible maridaje entre los diversos sectores que convergen en el propósito del fomento de las artesanías.

En los momentos presentes resulta innegable el relevante papel que desempeña el trabajo artesano: por constituir testimonios renovados de genuinas expresiones culturales, por suponer una importantísima fuente de empleo, por su potencial para el desarrollo socioeconómico de las poblaciones. Se trata de actividades que han conseguido remontar la competencia de los métodos industriales y la recurrente infravaloración del trabajo manual; oficios que han demostrado la inexactitud de quienes pronosticaban un inevitable agotamiento por incompatibilidad con el actual sistema económico y el subsiguiente rechazo juvenil a continuar unas formas de producción tildadas de obsoletas. Un juicio promovido por la errónea concepción de que la artesanía conlleva unas técnicas de trabajo inadaptables al cambio de los tiempos.

Lejos de ello, el siglo XXI acoge a unos artesanos cada vez más conscientes del interés que representa el mantenimiento de las identidades culturales en un mundo globalizado y del destacado papel que la artesanía desempeña en este sentido. El uso de sus productos en la comunidad de origen no hace sino contribuir a la conservación de pautas culturales propias, las mismas que se proyectan de cara al turista, a quien venden su trabajo a la par que difunden su cultura. Por ello se hace tan necesario eliminar de esta ecuación los falsos reclamos, expresamente fabricados para el mercado de masas, evidenciándose una vez más la creciente complejidad de la práctica artesana y la necesidad de contar con políticas bien esclarecidas y siempre multidisciplinarias.

En el caso español son muchas y muy diversas las políticas desarrolladas en torno a la artesanía. Sin embargo, son escasas o muy deficientes las relaciones entre ellas, por lo que carecemos de unas líneas estratégicas comunes que vigoricen las medidas a implementar. Consideramos urgente la imprescindible coordinación de todas las administraciones –estatal, autonómicas, provinciales y locales– y de estas, a su vez, con las asociaciones y empresas gestoras, a la hora de poner en práctica unos objetivos comunes que eviten la estéril duplicidad de recursos y esfuerzos humanos, técnicos y financieros.

De igual manera, deberían rentabilizarse los beneficios derivados de los trabajos realizados: programas, estudios, informes, diagnósticos, publicaciones y audiovisuales. El intercambio y difusión de todos estos materiales indiscutiblemente redundaría en un mayor conocimiento de nuestra artesanía, base indispensable para asegurar su valoración, desarrollo y fortalecimiento. Entendemos que la concienciación social del valor de la artesanía es el medio más seguro para su promoción, junto con una política común capaz de aglutinar la diversidad de problemáticas, preocupaciones y aspiraciones sectoriales, territoriales y particulares, remontar las intervenciones puntuales y desconectadas, y sistematizar el necesario impulso al conjunto del ámbito artesanal.

Observando el modelo chileno, tendríamos que llegar a una enriquecedora conjunción de las diferentes visiones, desde la social hasta la turística, desde la patrimonial hasta la comercial, para redoblar la eficacia de las acciones acometidas: la Antropología proporcionando investigación, documentación científica, docencia, exposición y valorización de unas formas de trabajo convertidas en señas de identidad; la gestión económica implementando programas de fomento para los productos en que estas se materializan, velando por la calidad técnica, medioambiental y humana de todo el proceso, desde la elaboración hasta la comercialización; y todas las instituciones relacionadas trabajando por el reconocimiento social de los artesanos, por la búsqueda de los mejores cauces que les permitan seguir ejerciendo dignamente su trabajo y transmitir de forma adecuada sus conocimientos a una nueva generación.

Esta parece ser la ruta más directa para lograr que los artesanos y las artesanas de cada lugar sean agentes y receptores de su propio desarrollo social, económico y cultural.

Bibliografía

- Báez, F. y Collin, L.
1981 “Artes populares e indigenismo”, *México Indígena*, 50.
Baixas, M.I.
1993 *Chile, Artesanía tradicional*. Santiago: UC.

- Barroso, E.
2004 "Diseño y artesanía. Límites de intervención". En *31 Muestra Internacional de Artesanía Tradicional*. Santiago: UC.
- Benítez, S.
2010 "La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural", *Revista Cultura y Desarrollo*, 6: 3-19.
- Berg, L.
1978 *Artesanía tradicional de Chile*. Santiago: Ministerio de Educación.
- Cáceres, A. y Reyes, J. (2008) *Historia hecha con las manos*. Santiago: CNCA.
- Carrasco, A.M., Gavián, V. y González, H.
1993 *Una experiencia productiva con mujeres aymara. Promoción a la producción artesanal*. Arica: Taller de Estudios Andinos.
- Cerda, P.
2008 *Informe del sector artesanal en Chile. Caracterización social, cultural y económica*. Santiago: CNCA. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
2008 *Antecedentes previos para la formulación de una política nacional de artesanía*. Valparaíso: CNCA. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
2010 *Política de fomento para la artesanía, 2010-2015*. Valparaíso: CNCA.
- Córdova, J. y Reyes, P.
2010 *Chile, Enciclopedia del Bicentenario. Artesanía tradicional*. Santiago: Unlimited.
- Dannemann, M.
1975 *Artesanía chilena*. Santiago: Edt. Gabriela Mistral.
- Dannemann, M.
2003 "Los cambios en la plástica folklórica". En *30 Muestra Internacional de Artesanía Tradicional*. Santiago: UC.
- Dietz, G.
1995 *Teoría y práctica del indigenismo*. Quito: Abya Yala.
- Fernández de Paz, E.
1999 "La documentación y protección de las artesanías como actuaciones sobre el patrimonio etnográfico". En *Patrimonio Etnológico. Nuevas Perspectivas en el Estudio*. Sevilla: IAPH.
- Fernández de Paz, E., dir.
2005 *Fondo Andaluz de Recuperación del Conocimiento Artesano*. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.
- Fernández de Paz, E. (2006)
"Actividades artesanas. Cambios socioeconómicos, continuidad cultural". *Boletín PH*, 59: 66-75.
- Fernández de Paz, E. (2012) "Las actividades artesanas en Andalucía. Economía y cultura del trabajo manual". En *Expresiones Culturales Andaluzas*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.
- Fundación Artesanías de Chile
2011 *Epicentro, Territorio artesanal*. Santiago: Fundación Artesanías de Chile.
- García Canclini, N.
1982 *Las Culturas Populares en el Capitalismo*. La Habana: Casa de las Américas.
- Godoy, H. y Venegas, B.
1976 *Antecedentes históricos de la artesanía en Chile*. Santiago: UC.
- González, H.
1988 *Acercas del rol y la importancia de la artesanía textil en la economía campesina andina*. Arica: Taller de Estudios Andinos.
- Gundermann, H. y González, H.
1989 *La cultura aymará. Artesanías tradicionales del altiplano*. Santiago: Ministerio de Educación, Museo Chileno de Arte Precolombino.
- Hernández, I. y Calcagno, S.
1993 *La identidad enmascarada*. Buenos Aires: Eudeba.
- Kaplun, M.
1990 *Artesanía y diseño, un lenguaje en común*. Santiago: UC.
- Lago, T.
1971 *Arte popular chileno*. Santiago: Universitaria.

- Organización de Estados Americanos
1973 *Carta Interamericana de las Artesanías y las Artes Populares*. Washington D.C.: OEA.
Palenzuela, P. y Olivi, A., coords.
2011 *Etnicidad y desarrollo en los Andes*. Sevilla: Servicio de Publicaciones de la Universidad.
Pereiro, X.
2013 “Los efectos del turismo en las culturas indígenas de América Latina”, *Revista Española de Antropología Americana*, 43 (1): 155-174.
Peters, C.
1999 *Artesanías de Chile. Un reencuentro con las tradiciones*. Santiago: Fondart.
Programa de Artesanía
2003 “Distintas expresiones de las artesanías”. En *30 Muestra Internacional de Artesanía Tradicional*. Santiago: UC.
Programa de Artesanía
2008a “Lo que cambia y lo que permanece”. En *35 Muestra Internacional de Artesanía Tradicional*. Santiago: UC.
Programa de Artesanía
2008b “Para pensar la Muestra”. En *35 Muestra Internacional de Artesanía Tradicional*. Santiago: UC.
Rioja, C.
2006 “Artesanía y administración. Encuentros y desencuentros”. *Boletín PH*, 59: 76-85.
Rodríguez, M.C.
1999 *Artesanía. Nuestra cultura viva*. Santiago: Sercotec, CNCA, UC.
Rodríguez, M.C. y Alfaro, E.
2007 “El valor de las artesanías”. En *34 Muestra Internacional de Artesanía Tradicional*. Santiago: UC.
Rodríguez, M.C.
2008 *Chile artesanal. Patrimonio hecho a mano*. Valparaíso: CNCA.
Salazar, T., ed.
2011 *En diálogo con la innovación. Artesanía chilena contemporánea*. Santiago: CNCA.
Santana, A.
1993 “La artesanía como elemento de la escena. Influencias del turismo en el cambio cultural”, *Eres*, 3: 43-50.
Santana, A.
1997 *Antropología del Turismo*. Barcelona: Ariel.
Servicio de Cooperación Técnica
1971 *Proyecto de fomento y desarrollo de la artesanía típica chilena a nivel nacional*. Santiago: Sercotec.
Sociedad Amigos del Arte Popular
1959 “Arte Popular, Artesanías, Artes Manuales en General, Arte Aplicado y Arte Primitivo. Definiciones nacionales de estos conceptos”. En *Arte popular chileno*. Santiago: Universidad de Chile, Unesco.
Stephen, L.
1990 “La cultura como recurso. Cuatro casos de autogestión en la producción de artesanías indígenas en América Latina”, *América Indígena*, L (4): 117-145.
Ubilla, M.
2011 “Artesanía/Diseño UC”. En *38 Muestra Internacional de Artesanía Tradicional*. Santiago: UC.
Unesco
1997 *Guía metodológica para la captación de información sobre la artesanía*. París.
Unesco
1997 *La artesanía y el mercado internacional. Comercio y codificación aduanera*. Manila.
Unesco
2005 *Encuentro entre diseñadores y artesanos. Guía práctica*. Bogotá.
Unesco
2009 *Taller Artesanía y Diseño (A+D)*. Santiago.
Unesco
2011 *Los desafíos de la artesanía en los países del Cono Sur. Excelencia y competitividad*. Montevideo.

Notes

¹ Agradezco enormemente los conocimientos que me transmitieron tantos artesanos y artesanas de Chile. Y mi sincero reconocimiento a la atención dispensada por Celina Rodríguez (Universidad Católica de Chile), Carolina Franch y Sonia Montecino (Universidad de Chile), Héctor González y Ana María Carrasco (Universidad de Tarapacá), Tania Salazar (Consejo de la Cultura y las Artes, Santiago), Patricio López (Consejo de la Cultura y las Artes, Valparaíso), Patricia Arévalo, Pilar Vicuña y Michelle Trillar (Consejo de la Cultura y las Artes, Arica), Susana Rojas (Fundación Artesanías de Chile) y, como siempre, a la antropóloga Isabel Hernández.

- ² <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>
- ³ <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001114/111488s.pdf>
- ⁴ http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-RL_ID=38134&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- ⁵ <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00006>
- ⁶ http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13141&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- ⁷ <http://www.wipo.int/tk/es/igc/>
- ⁸ http://portal.unesco.org/es/ev.php-RL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- ⁹ <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001471/147132s.pdf>
- ¹⁰ Para los primeros existe una abultada bibliografía sobre el tema, integrada en gran parte en el Departamento de Antropología de la Universidad de Tarapacá, actualmente dirigido por Héctor González Cortez. Para los segundos, igualmente abundante, véanse especialmente los trabajos de Isabel Hernández.
- ¹¹ http://www.plasmadg.com/prueba_/index.php/registro-de-comunidades-y-asociaciones-indigenas.
- ¹² A la pregunta de un turista, en la más pura lógica capitalista, indagando el motivo por el que no comercializan a gran escala las plantas medicinales atacameñas, el guía nativo respondió sonriendo: “porque se agotarían, a la naturaleza siempre la tomamos de a poquito...”
- ¹³ También se ha recuperado la vicuña, una especie que llegó a estar en peligro de extinción, aunque los prestigiosos tejidos elaborados con esta lana se destinan principalmente a la exportación.
- ¹⁴ Según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas para el año 2012, Chile cuenta con 16.634.603 habitantes. De ellos, 1.842.607 declaró pertenecer a algún pueblo originario (11,08%): el mayor porcentaje corresponde al pueblo mapuche (84%) seguido de los pueblos aymara (6,25 %), diaguita (2,53 %) y en menor medida kawésqar, rapa nui y quechua.
- ¹⁵ <http://www.cultura.gob.cl/artes/artesania/>
- ¹⁶ <http://www.artesaniadeschile.cl/>
- ¹⁷ Contra nuestro criterio y en pro de la fluidez del texto, hemos optado por el uso del masculino genérico, renunciando a la especificación “maestro/a”, “artesano/a”, etc. a pesar de la inexactitud que expresan estos datos.
- ¹⁸ Quintil es el nombre que reciben los cinco grupos que clasifican a la población chilena por niveles de ingresos económicos: el primero corresponde a los de menores ingresos y el quinto a los mayores.
- ¹⁹ <http://www.aeropuertosiatiago.cl/noticias-y-novedades/primera-dama-cecilia-morel-inaugura-espacio-de-artesantias-de-chile-en-aeropuerto-internacional.html>
- ²⁰ <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00031-ES.pdf>
- ²¹ <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00057>
- ²² <http://www.cultura.gob.cl/patrimonio/tesoros-humanos-vivos/>
- ²³ Reflexión recogida en toda la prensa chilena el viernes 28 de marzo de 2014 con motivo de la apertura de la sexta convocatoria del programa THV.
- ²⁴ <http://www.portalpatrimonio.cl/>
- ²⁵ En los cinco primeros años de vigencia del Programa ha habido 596 postulaciones y se han reconocido 26 THV.
- ²⁶ Trabajos realizados con las crines de las colas de los caballos, transformadas en finísimas hebras teñidas de distintos colores.
- ²⁷ Ellos mantienen el nombre original de Cerro Welén, que en la lengua mapudungún significa tristeza.
- ²⁸ Integrante del Consejo Mundial de Artesanía (WCC) para América Latina, con este Sello se implementa otro mecanismo para reconocer la producción artesana de calidad y difundirla a través de publicaciones y exposiciones monográficas.
- ²⁹ <http://www.diarioelcentro.cl/?q=articulo-columnistas&id=1931>
- ³⁰ Organizador de la Muestra desde 1986, dirigido por María Celina Rodríguez, que también ha ostentado la presidencia del Consejo Mundial de Artesanías entre 2004 y 2008.
- ³¹ <http://www.cultura.gob.cl/artes/artesania/>

© Las fotos son propiedad de la autora

Recibido: 19/11/2014
Aceptado: 03/12/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos



cultur

Revista de Cultura e Turismo

Áreas de interesse: Cultura e Turismo

Periodicidade: semestral

Missão: Fomentar a produção científica e a disseminação de conhecimento multidisciplinar relacionados com Cultura e Turismo, objetivando a troca de informações, a reflexão e o debate, provendo assim o desenvolvimento social.

Visão: Ser uma revista científica de prestígio nacional e internacional.

Valores: Ética, Excelência, Inovação e Desenvolvimento Social.

ISSN: 1982.5838

<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo>

Contato

Prof. Dr. Marco Aurélio Ávila - marco@ativanet.com.br

Prof. Dr. Gustavo da Cruz - gusdacruz@hotmail.com

Prof. Dr. José Manoel Gonçalves Gândara - jmgandara@yahoo.com.br

Endereço: Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC

Campus Prof. Soane Nazaré de Andrade

Km 16 – Rodovia Ilhéus/Itabuna

45662-000 – Ilhéus/BA

E-mail: revistacet@hotmail.com

Fone: (73) 3680 – 5043

Expansionismo turístico, poblaciones indígenas Mapuche y territorios en conflicto en Neuquén, Argentina

Sebastián Valverde*
FFYL-UBA/CONICET (Argentina)

Graciela Maragliano**
Marcelo Impemba***
Universidad Nacional del Comahue(Argentina)

Resumen: En el presente artículo nos proponemos analizar los diversos conflictos asociados a la actividad turística, protagonizados por diferentes organizaciones y comunidades del pueblo indígena Mapuche en el denominado “Corredor de los Lagos” de la Provincia de Neuquén, Argentina. Atenderemos las causas, dinámicas y efectos de estos litigios y al mismo tiempo, vincularemos estos procesos con la particular visibilización que se efectúa de lo “Mapuche” bajo contextos turísticos, por parte de diferentes agentes estatales y privados, confrontando el modo en que dicha presencia es apropiada y redefinida por los integrantes de las organizaciones y de las comunidades de este pueblo originario.

Palabras Clave: Expansión turística, comunidades Mapuche, conflictos, Provincia de Neuquén

Tourist expansionism, mapuche indigenous populations and territories in conflict in Neuquén, Argentina

Abstract: In this section, we aim to analyse the diverse conflicts related to the tourist activity of the different Mapuche indigenous peoples organizations and communities in the so-called “Lake Corridor” in the Neuquén Province, Argentina. We will address the causes, dynamics, and effects of these conflicts and, at the same time, we will connect these processes with the particular view of all things “Mapuche” under tourist contexts from different public and private organizations, confronting the manner in which said presence is taken and redefined by the members of the organizations and communities of this native people.

Keywords: Tourist expansion, Mapuche community, conflicts, Neuquén Province

1. Presentación

“Piedra Pintada Resort se ubica entre La Cordillera de los Andes, el bosque y la inmensidad de la estepa patagónica. Ñires, lengas y cipreses dan marco a este imponente paisaje y entre formaciones de piedra volcánica asoman las araucarias. Frente a Piedra Pintada, el Lago Pulmarí -diez cosas bien hechas, en lengua mapuche-completa un escenario perfecto para el avistaje y los safaris fotográficos. El ciervo colorado y más de 170

* Doctor en Ciencias Antropológicas. Docente del Departamento en Ciencias Antropológicas de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, Investigador del CONICET. Dirección electrónica: sebaivalverde@yahoo.com.ar

** Guía Universitaria de Turismo, Docente del Asentamiento Universitario San Martín de los Andes, Universidad Nacional del Comahue. Dirección electrónica: maragliano@smandes.com.ar

*** Doctor en Ciencias Antropológicas, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Licenciado en Turismo, Docente del Asentamiento Universitario San Martín de los Andes, Universidad Nacional del Comahue. Dirección electrónica: impemba@smandes.com.ar

Mapas 1, 2, 3 – Provincia de Neuquén (Argentina)

Mapa N° 1: República Argentina



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2001.

Mapa N° 2: Provincia de Neuquén



Mapa N° 3: Corredor de los Lagos de la Provincia de Neuquén



especies de aves conviven en la cercanía del Hotel. Desde todos los ambientes del resort se puede disfrutar de la vista a las montañas y al Lago Pulmarí.

Con estilo montañés, en madera y piedra de la zona, el resort fue concebido con conciencia ambientalista, en armonía con el entorno y al servicio de sus visitantes” Sitio www.lounges.com.ar con el titular “Piedra Pintada Resort reabrirá sus puertas en diciembre próximo”).

Estas palabras pueden leerse en un sitio de Internet promocionando el “Resort” de Montaña “Piedra Pintada”, en la Patagonia Argentina¹, en la Provincia de Neuquén², específicamente en el Departamento Aluminé³. En esta publicidad, se apunta a mostrar una imagen bucólica que alude claramente a tradiciones alpinas, ecológicas y en supuesta “armonía” con el medio, asociadas indudablemente a consumos de elite. Se puede observar que la única mención al pueblo Mapuche⁴ es una denominación en la lengua de este grupo indígena, para luego hacerlo “desaparecer” definitivamente de esta crónica.

Naturalmente el lector de este anuncio puede preguntarse si hay pobladores Mapuche en la zona, o si los hubo en el pasado, ya que su referencia solo como denominación de un hito geográfico –y no como un pueblo actual- denotaría una ausencia. Pero a la vez, también lo Mapuche es una “marca”, una impronta vinculada a ciertos atributos regionales y locales, a la riqueza del “entorno natural” y al “exotismo” de algunos ámbitos geográficos –como la estepa patagónica, región cordillerana (con sus lagos, montañas, exuberantes bosques, etc.)-, reproduciendo un proceso de “folclorización” de la cultura Mapuche. En definitiva, se consolida el proceso de naturalización de una identidad indígena procesada y adaptada al gusto burgués y urbano, apropiándose de sus “símbolos culturales” del consumo a la medida del turista (sin connotaciones sociales ni culturales).

Aquellos atributos propios del pueblo Mapuche que se reelaboran como *recursos turísticos*, son partes seccionadas y hacen referencia concretamente a una cultura que tiene un valor de mercado, para ser consumida y digerida desde sus rasgos “folclóricos y ancestrales”, en un claro exponente de lo que Comaroff y Comaroff han definido como la “*industria de la identidad*” (2011:45). Este recorte no incluye aspectos conflictivos tales como las reivindicaciones culturales y territoriales actuales.

Un ejemplo de esto puede encontrarse en relación a la cita que presentamos como epígrafe de este trabajo. En efecto, el día 28 de Julio de 2006 las comunidades Mapuche del área de Pulmarí, del Departamento Aluminé (por cierto una de las de mayor presencia indígena de la Provincia de Neuquén)⁵, junto con la organización supracomunitaria -la Confederación Mapuche Neuquina- ocuparon una parte del predio administrado por el “Spa de Montaña Piedra Pintada”, manifestándose así, públicamente, uno de los conflictos paradigmáticos en esta región en la última década. A través de los comunicados y diferentes proclamas, los Mapuche pusieron en evidencia “la otra cara” de la idílica imagen con que iniciamos este escrito. El Spa de Montaña, “Piedra Pintada” es el resultado –según lo denunciado por las organizaciones indígenas- de una de las polémicas concesiones de Pulmarí (por una duración de 99 años y por tan solo unos pocos miles de dólares) de un predio de 3.500 hectáreas, donde se construyó este mega emprendimiento de elite. Los dirigentes indígenas denunciaban la alteración del espacio natural del lago Pulmarí (parte fundamental de la identidad territorial de este pueblo en esta zona), el alambrado de una gran porción de territorio-históricamente Mapuche- impidiéndoles el acceso, y llegándose incluso, a la profanación de antiguos cementerios indígenas⁶. Estos litigios, de alguna manera son “la contracara” de dicha visibilización o como lo hemos señalado en otra oportunidad, lo que está “*detrás de la escenografía*” (Impemba, 2013: 37).

A partir de la problemática que aquí hemos presentado, en el presente artículo nos proponemos analizar los diversos conflictos asociados a la actividad turística protagonizados por diferentes organizaciones y comunidades Mapuche en el denominado “Corredor de los Lagos”⁷ de la Provincia de Neuquén. Atenderemos a las causas, dinámicas y efectos de estos conflictos y al mismo tiempo, vincularemos estos procesos con la particular visibilización que se efectúa de lo “Mapuche” bajo contextos turísticos, por parte de diferentes agentes estatales y privados, confrontando el modo en que dicha presencia es apropiada y redefinida por los integrantes de las organizaciones y de las comunidades de este pueblo. En este sentido, adquieren centralidad las políticas provinciales y locales, y la manera en que las mismas producen una determinada visibilización –o bien negación- de la presencia indígena, y en consecuencia condicionan las formas en que se vienen expresando los diferentes litigios.

Para el desarrollo de este ensayo, empleamos variadas fuentes documentales, y realizamos un exhaustivo trabajo de campo desde finales de la década del ‘90 hasta la actualidad. Los autores de este artículo hemos efectuado diversos trabajos de investigación y dirigido proyectos de intervención en la región que nos ocupa, por lo que parte de lo abordado en estas páginas surge de dichas experiencias⁸.

Cabe señalar que la investigación antropológica como la que aquí se incluye, vincula el mundo social sumamente complejo que se indaga –y reconstruye- a través de la interrelación entre el trabajo etnográfico y las diferentes elaboraciones teóricas. Se trata, parafraseando a Guber (1991) de “(...) *articular el mundo de los actores con el plano teórico que sustenta la tarea explicativa, sin anular o extrapolar uno al otro*” (1991:63) evitando los reduccionismos en uno u otro sentido, es decir los “teoricismos” o bien los “empirismos” (Guber, 1991). El proceso de investigación, constituye, así un todo integrado, de carácter “*flexible, creativo y heterodoxo*” (1991:80) ya que se subordina a esa constatación y paralela interrelación: “(...) *entre la observación y la elaboración, la obtención de información y el análisis de los datos*” (Guber, 1991:80).

El ordenamiento dado a este trabajo refiere, en un primer apartado, a la visibilización que se efectúa de las poblaciones Mapuche y su cultura en la región Norpatagónica de Argentina y, en particular en el contexto del sudoeste neuquino, considerando la manera en que se relacionan las mismas a partir del desarrollo turístico sobre sus territorios, tomando tres casos diferenciados del denominado “Corredor de los Lagos” que nos permiten realizar un análisis comparativo de acuerdo a sus características y particularidades: Aluminé – Pulmarí, San Martín de los Andes y Villa La Angostura. Seguidamente analizaremos diferentes conflictos resultantes de los procesos de expansión y vinculación con el campo turístico, y las dinámicas que posibilitan –y en muchos casos alimentan y retroalimentan- dicha movilización en el marco del desarrollo territorial de esta actividad socioeconómica.

2. El pueblo Mapuche en Norpatagonia y la expansión de la actividad turística

El pueblo indígena Mapuche ha logrado a partir del año 1983 con la restauración democrática -y en particular en los últimos años- una destacada presencia social y una capacidad de generar transformaciones en la sociedad en su conjunto. Sus organizaciones etnicistas (de los pueblos originarios) fueron de las primeras del país y vienen generando profundos cambios sociales, políticos y culturales en la región del Norte de la Patagonia donde se asienta el pueblo Mapuche (al igual que en el sur de Chile).

Estos procesos de creciente “re-emergencia”, “reactualización de la identidad”, “transfiguración étnica” (Ribeiro, 1971 y Bartolomé y Barabas, 1996) o “revival de lo étnico” (Vázquez 2000) son coincidentes con las que se dan en el resto del país y América Latina. Conllevan la afirmación de estos pueblos como sujetos de derecho y como agentes sociales y políticos, y a la vez implican una creciente presencia, lo que explica las movilizaciones y reivindicaciones que efectúan por sus territorios, su identidad étnica, su cultura y sus derechos específicos (Valverde, 2013).

Esta región de los Lagos de Norpatagonia argentina, por su atractivo paisajístico (bosques, montañas, cuencas lacustres, paisajes boscosos, ríos, arroyos, etc.) y a la vez la infraestructura con que cuenta, desde hace años viene creciendo en importancia como centro turístico y de servicios. Estas condiciones vienen contribuyendo a promover la expansión de la actividad turística (y sus asociadas). Desde hace varias décadas, pero en especial en las dos últimas, en estas localidades se vienen desarrollando aún más los servicios terciarios y las actividades político-administrativas⁹. Esto no sólo ha implicado un gran incremento en la cantidad de visitantes y nuevos propietarios, sino también una modificación cualitativa en la demanda, con nuevos perfiles socio-económicos y de consumo que tienden a generar un mayor “prestigio” del lugar, cambios que se evidencian en una multiplicidad de indicadores¹⁰.

Paralelamente, cabe destacar que la actividad turística tuvo un gran impulso a partir de la devaluación de la moneda local (el peso argentino), en el año 2002¹¹. A partir de ese momento, con el fin de la paridad peso-dólar, se ha dado una gran ampliación de esta fuente de ingresos, tanto a partir de turistas extranjeros que en mayor medida han comenzado a viajar hacia la Argentina, como locales que han reducido los viajes al exterior (ante los mayores costos en relación a los ingresos locales). Estas dinámicas han afectado de diferentes formas a las poblaciones indígenas (al igual que a los restantes segmentos de la sociedad) y en particular a los territorios en que éstas se asientan.

3. La “escenificación” de los Mapuche en el contexto turístico

La “escenificación” que se efectúa del pueblo Mapuche desde la promoción turística en la región cordillerana de Norpatagonia, es sumamente heterogénea según una multiplicidad de factores diferenciados e interrelacionados. Entre las variables que explican la forma en que se da tal “apropiación de lo Mapuche” y su consiguiente “puesta en valor”, se encuentra la configuración que adquieren las

poblaciones Mapuche en base a los procesos histórico – sociales regionales y locales. Otra variable determinante, la constituyen las características que adquiere la oferta turística en cada localidad, a qué mercado se dirigen, y cuáles son los productos y atractivos locales que buscan promover (Valverde, 2014). El sitio web oficial de la Provincia de Neuquén, al promocionar el denominado “Corredor de los Lagos” señala en uno de los párrafos:

“El paisaje, compuesto por montañas imponentes, majestuosos lagos y mágicos bosques milenarios, se ve enriquecido con encantadores mitos y leyendas, que le brindan una mística especial. Pero existe otro componente que dota a la región de una riqueza sin igual: la presencia de sus primitivos pobladores, forjadores indiscutibles de gran parte de su historia, su cultura e identidad” (Sitio web oficial “NeuquénTur”, sección “corredor de los Lagos”, 2014)¹². Como vemos, son los denominados “primitivos pobladores” los que le asignan un “toque exótico” al paisaje y a la vez un valor diferenciador al mismo.

En la localidad de Aluminé¹³ -cuyo conflicto entre las comunidades Mapuche con el Resort de Montaña “Piedra Pintada” mencionamos anteriormente- los indígenas son invisibilizados en la oferta turística local, como se puede leer en las “crónicas históricas” de esta región. Al presentar esta localidad cordillerana, se dice que el origen de la denominación “Aluminé”: *“(…) en lengua mapuche significa Hoya Brillante”* (Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén, Aluminé, 2014). A continuación, no se vuelve a aludir a ellos en el relato (como también lo señalamos para el caso del Resort “Piedra Pintada”).

En la crónica local, los hechos históricos que se relatan, reconocen exclusivamente como antecedentes a los pobladores de origen “blanco” -europeo-, negando los antecedentes de población indígena¹⁴. Tal imagen es coherente con la que antes señalábamos de los indígenas “en el pasado”, es decir que no formarían parte de la “historia”, sino que pertenecerían a una suerte de “fase anterior”, motivo por el cual estarían excluidos (desde estos discursos) de los hechos relevantes locales, que sugestivamente siempre se inician con un poblador de origen europeo.

En esta línea de análisis, en la localidad de San Martín de los Andes la imagen de lo “Mapuche” que se ofrece al turismo formaría parte de una naturaleza que se desea presentar como “prístina y armónica”. A medida que se fue afianzando la actividad turística, se fue definiendo su imagen actual de “aldea de montaña” orientada a un perfil de turistas de alto poder adquisitivo, donde se apela a diversas tradiciones europeas¹⁵, -claramente diferenciada de la masividad de otros ámbitos competidores cercanos como la ciudad de San Carlos de Bariloche-¹⁶. Con esta operación se refuerza una de las características claramente asociadas con San Martín de los Andes: la naturaleza, el centro invernal y la infraestructura para un turismo de alto poder adquisitivo (condensado en la marca de la “aldea de montaña”) ¹⁷, donde determinados símbolos indígenas son apropiados y resignificados para transformarlos en distintivos de esa “identidad aldeana”. Además, debe considerarse que el “turismo cultural” suele dirigirse a los segmentos sociales de mayor capital cultural (Pereiro Pérez, 2009), lo que contribuye a comprender esta escenificación, atendiendo a las características específicas de San Martín de los Andes.

Así, esta localidad incorpora lo indígena despojado de sus condiciones históricas, con el fin de sostener el relato de los “blancos”, donde “esforzados pioneros” –desde ya de origen europeo- convivieron con los “primitivos indígenas” en una suerte de coexistencia pacífica y de mutuos beneficios que se traslada al presente.

Esto implica una “visibilización de lo indígena” desde el marketing oficial y su “puesta en valor”¹⁸ y/o “patrimonialización” como producto turístico o como parte del “patrimonio local”. En el marco de este modelo hegemónico de desarrollo, las comunidades Mapuche se incorporaron paulatinamente en forma indirecta al paisaje como consecuencia de la *puesta en valor* de su patrimonio y cultura, donde el propio poblador es quien tendría que dar cuenta de todo lo relacionado con *lo Mapuche* en esta suerte de representación que haría referencia solo al pasado (Impemba, 2013 y Maragliano, 2011 y 2013). Una construcción idealizada de estos habitantes “originarios” que estarían siempre dispuestos a ser “descubiertos” por el visitante, y que viven de su trabajo rural, en un territorio compartido en comunidad, sin exteriorizar –desde esta visión- conflictos relacionados con la propiedad y usurpación histórica de su territorio. Desde diversos ámbitos institucionales que gestionan y planifican la actividad turística, el patrimonio es visto como un “recurso potencial” para la actividad, donde se percibe al turismo solo como un generador de riquezas, desentendiéndose de las necesidades o identidades de las comunidades locales, poniendo el énfasis en las ganancias económicas por encima de dichas identidades locales. Así, la relación turismo-patrimonio es vista como una relación “positiva” en la medida en que ambos se beneficiarían económicamente (Almirón, et al. 2006).

A partir de la demanda de nuevos y originales sitios patrimoniales, el “mercado turístico” y la circulación cultural como objeto de interés comercial, han priorizado el “valor económico” del patrimonio del territorio sobre el “valor simbólico”, con lo cual se asiste a procesos de mercantilización o folclorización de las culturas

locales. Procesos que, como señala Guerrero Valdebenito (2005), han tenido una serie de implicancias para las dinámicas sociales de apropiación y significación social del patrimonio de una comunidad.

En San Martín de los Andes se presenta esta situación de apropiación y mercantilización del significado del patrimonio (en este caso Mapuche) por parte de los sectores dominantes, quienes “utilizan” el idioma Mapuche –el mapudungun- como parte del marketing turístico, eligiendo nombres de fantasía para los comercios y la hotelería que representarían ese toque “exótico” necesario, sin reparar en su significado y la pertenencia social del mismo, tomando la palabra como un elemento más del “valor promocional” (Impemba, 2013 y Maragliano, 2011 y 2013).

En definitiva, se asiste así a una manipulación y selección de los significados del patrimonio, activando y comunicando una “*idiosincrasia*” de montaña que no expresa las condiciones y relaciones que se establecen entre los sujetos y sus posiciones en la estructura social. A su vez, esta tendencia se asocia a una visión economicista del turismo y la cultura, que construye una “*tradicción*”, supuestamente representativa de la región, mediante una “selección” intencionada de las expresiones culturales que concibe a la misma como un cúmulo o “colección de piezas”. Esto se manifestaría en expresiones tales como “*el acervo cultural de los pueblos*”.

Un discurso que se repite con regularidad en los planes oficiales es el que apela a la falta de “valorización” de los fenómenos culturales y al aprovechamiento de los objetos y sitios patrimoniales. Es por ello, que se considera al turismo como una actividad capaz de “*poner en valor*” a los “*recursos*” materiales y culturales con los que cuentan las sociedades locales -como si dicho patrimonio no fuera valorado por las comunidades-.

Autores como Prats (1997) señalan, cómo las activaciones patrimoniales en la actualidad, han adquirido dimensiones nuevas a partir del ocio y el turismo, donde más allá de los significados identitarios, el patrimonio se evalúa como “*recurso*” y se valora como “*factor de desarrollo*”, activado como artículo de “*uso*” a partir de las demandas de la sociedad de consumo. El mismo autor refiere que la “*activación patrimonial*” es el resultado de procesos de selección de determinados objetos, entre un conjunto amplio, susceptible de ser “*patrimonializado*”. Estos procesos son llevados a cabo por determinados grupos hegemónicos que se hacen portavoces de los valores simbólicos del patrimonio. Dicha activación, consiste entonces en un proceso de legitimación de referentes simbólicos a partir de fuentes de autoridad, sean éstas académicas o del poder político, quienes seleccionan, interpretan y comunican un relato histórico y significativo que valide los procesos socio-históricos oficiales.

Como consecuencia del aumento de la demanda de “*productos turísticos*” relacionados con el patrimonio, el Estado y distintos organismos internacionales ven en el turismo la condición necesaria efectuar para la “*puesta en valor*” y gestión del patrimonio del territorio, muchas veces entrando en conflicto con los intereses locales. Como bien señala Crespo “*la intervención de estos agentes en torno a la puesta en valor de un determinado pasado suponen procesos de definición de “sí mismos” y de los “otros”, en la que los sectores dominantes tienen mayor capacidad de seleccionar, apropiarse y definir el sentido de los repertorios del pasado considerados propios, y de legitimar el propio punto de vista sobre quién se es, qué cosa representa qué y a quiénes*” (Crespo 2009:63). Estas argumentaciones habilitan a los agentes dominantes a decidir el “*valor*” y desconocer la pertenencia y herencia del patrimonio de los grupos subalternos.

4. Los conflictos de las comunidades de Pulmarí, Departamento Aluminé

Entendemos que la situación que presentamos al inicio de este trabajo -correspondiente a las comunidades del área de Pulmarí en el Departamento Aluminé- resulta elocuente de la particular escenificación del pueblo Mapuche en contextos de actividad turística y las consecuencias que genera en términos de movilización y disputas entre los pueblos originarios y otros sectores, por el manejo y acceso a los recursos. Como señalábamos, la región se encuentra administrada por la “Corporación Interestadual Pulmarí” (CIP), ente interjurisdiccional conformado por tierras de la Nación y la Provincia- que surgió con el (supuesto) fin de mejorar las condiciones de vida de estas comunidades originarias. Pero muy lejos de los propósitos explícitos, desde su conformación las políticas de este organismo tendieron a desmejorar cada vez más las condiciones de vida de las familias indígenas, a causa de la falta de tierras, las restricciones a sus actividades productivas (muchas no sólo de un valor económico sino también cultural) y la falta de una real participación indígena en el directorio de la CIP. Malestar que finalmente derivó en una intensa movilización indígena que tuvo lugar entre los años 1995-1996 –con profundas consecuencias- transformándose el denominado “conflicto de Pulmarí” en emblemático de las movilizaciones de los pueblos originarios en las últimas décadas, en Argentina en general y en particular en relación al pueblo Mapuche.

Las causas que promovieron la movilización indígena de 1995-1996 tuvieron que ver con la escalada de medidas restrictivas hacia las comunidades Mapuche a partir de la falta de tierras, la escasa participación indígena en el directorio de la CIP y a la ausencia de reconocimiento de comunidades que por aquellos años se estaban reorganizando. En contraposición, la CIP otorgó generosas concesiones a particulares para emprendimientos principalmente turísticos a un bajo canon (o que simulan una actividad de tal naturaleza, pero en realidad son destinadas a segundas residencias), en ámbitos de alto valor paisajístico, donde los adjudicatarios de dichos permisos son dueños de destacadas empresas o estancias en la región.

Desde aquel entonces, la región se caracteriza por elevados niveles de conflictividad aún irresueltos –en gran medida con estos emprendimientos privados-, la judicialización de la movilización indígena, así como las agudas disputas entre los diferentes –y variados- sectores que interactúan en la administración de este Ente y en estos espacios territoriales.

5. De la “aldea” de montaña a mediáticos piquetes: las comunidades Curruhuinca y Vera, cercanas al Cerro Chapelco

Uno de los litigios paradigmáticos que también analizaremos, son los protagonizados por las comunidades Curruhuinca y Vera, que residen en las cercanías del centro de deportes invernales Cerro Chapelco (en San Martín de los Andes) y vienen manteniendo múltiples disputas con el concesionario –con la intervención de los diferentes niveles estatales- por el control territorial y los beneficios de esta preciada área turística. Este complejo se sitúa en una de las laderas del cordón montañoso del mismo nombre, a unos 20 kilómetros de la ciudad de San Martín de los Andes. Por la envergadura de las instalaciones y medios de elevación con que cuenta, representa uno de los centros de esquí más importantes de la Argentina y el más destacado de la Provincia de Neuquén (Impemba, 2013)¹⁹. Las disputas se vienen dando, tanto por la regularización de los diferentes territorios, como por las consecuencias ambientales de este centro turístico en los espacios comunitarios.

Dada la proximidad de las comunidades Curruhuinca y Vera de este centro de recreación invernal (con la consiguiente circulación de turistas), los pobladores de las mismas desarrollan una serie de incipientes actividades para este mercado turístico. Con este mismo fin, es que se fue construyendo el “Centro Cultural Mapuche” sobre la base del cerro (inaugurado hace dos años) donde se ofrecen diferentes servicios a los visitantes (ver fotografía).

Las situaciones conflictivas han derivado en cortes de ruta por parte de las comunidades Mapuche al acceso al centro invernal Cerro Chapelco, manifestaciones con movilizaciones en las calles de San Martín de los Andes, intervenciones de la justicia provincial y federal, negociaciones con el poder político y económico de San Martín de los Andes y de la Provincia de Neuquén y, amplias repercusiones públicas en los diversos medios de comunicación locales, regionales y nacionales.

La comunidad Curruhuinca ocupa un territorio de 10.500 hectáreas sujeto a un régimen de propiedad comunitaria, asentada en los alrededores de la localidad de San Martín de los Andes (Valverde, 2006 y Stecher, 2011). Se encuentra dividida en cuatro parajes: Pil Pil, Quila Quina, Trompul y Payla Menuko; los tres primeros se asientan en jurisdicción de Parques Nacionales y el último en jurisdicción del Municipio. Las condiciones de vida son de tipo rural, pero con estrechas relaciones con la ciudad -donde muchos de sus pobladores trabajan y estudian-.

La comunidad Mapuche Vera²⁰ obtuvo su reconocimiento legal y su personería jurídica en el año 1991. Desde fines de los 90’, sus integrantes vienen efectuando un reclamo por el territorio ubicado en las áreas en que se asienta este centro invernal, que corresponde al territorio ancestral de la comunidad. De hecho, el Cerro Chapelco, ha sido siempre parte de la vida productiva y cultural de esta comunidad, sirviéndoles a los pobladores como ámbito de pastoreo en los meses de verano (denominada “veranada”) donde hoy se ubica la mayor parte de las instalaciones del complejo de esquí (Impemba, 2013).

En este particular escenario de crecientes disputas, un factor que actuó como disparador de la movilización fue en el año 2000, cuando el Estado provincial decidió aumentar la superficie para la práctica de esquí -y por lo tanto concesionable del cerro Chapelco-.

En el año 2001, el municipio entregó legalmente las 250 hectáreas que se encuentran en su jurisdicción (la fracción “J”). Las restantes áreas (que corresponden a las fracciones “A” y “B”) pertenecen a la provincia y son reclamadas por la comunidad (ver mapa adjunto).

La confrontación fue en aumento con la situación que se desencadenó en el invierno del año 2002²¹, cuando en el momento de mayor auge del turismo, los pobladores del paraje Payla Menuko de la comunidad Curruhuinca cortaron el acceso al cerro. La causa de esta protesta radicó en que los arroyos que

bajaban del centro de esquí, producto de las cloacas de los baños, llegaban contaminados a dicha área de la comunidad. Los antecedentes sobre contaminación de las aguas en esta área tenían larga data²². Los Mapuches se concentraron en horas de la mañana, cuando es mayor el tránsito de turistas hacia el Cerro Chapelco, impidiendo el acceso al mismo. A partir de la realización del piquete, miles de esquiadores y turistas se vieron impedidos de ingresar al centro de recreo invernal. A partir de esta protesta, se conformó un grupo integrado por los diversos sectores involucrados –incluyendo a los Mapuche– que tomó las pruebas correspondientes de los residuos cloacales y la jueza decretó la clausura del complejo, con lo cual inmediatamente se levantó el piquete (Diario “Página 12”, 29/08/2002). Al comprobarse la contaminación que producían los baños, quedó en evidencia el incumplimiento de las medidas de saneamiento, así como la contaminación que los afluentes generaban. La decisión de la jueza causó gran sorpresa, ya que la clausura en el momento de mayor turismo no era la resolución al conflicto que podía esperarse, quedando la empresa concesionaria “Nieves de Chapelco S.A.” en el centro de las críticas ante la falta de previsión. También quedó en evidencia la falta de cumplimiento de los acuerdos y la contaminación, en una localidad que paradójicamente se promociona como “una aldea ecológica” (Balazote, 2006; Valverde, 2006)²³.

Las consecuencias de este litigio, no se verificaron tanto en la temporada invernal en sí, sino más bien en las relaciones interétnicas locales, donde quedó en evidencia la capacidad de movilización indígena y su presencia como un actor sumamente relevante.

Con relación al litigio territorial de los Vera, en el 2003 volvieron a recrudecer los litigios, ya que ante la falta de regularización del lote “69 B” (cercano a la base del cerro), los Vera realizaron una ocupación de las tierras que reclamaban y comenzaron a construir un puesto comunitario (Diario “Río Negro”, 13 de enero de 2003).

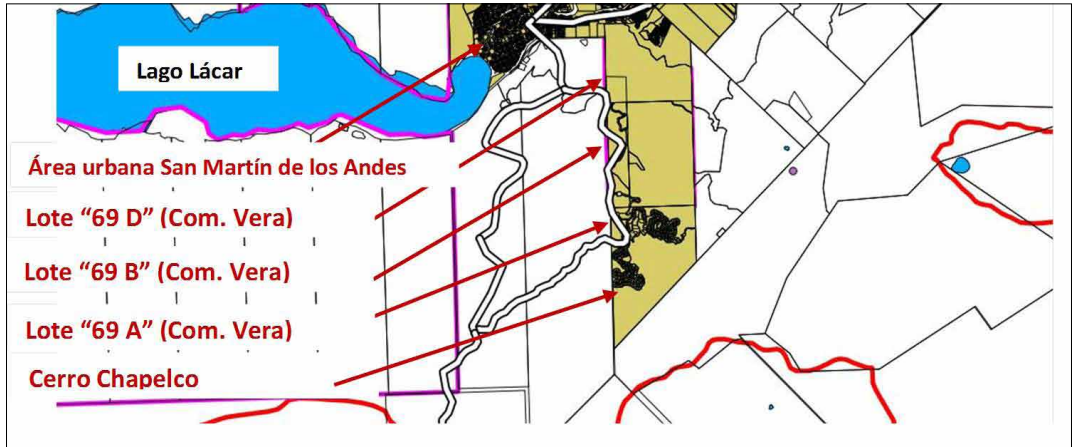
Los Vera lograron finalmente la escrituración de 355 hectáreas del lote “69 B” en marzo del 2003. Entre 2003 y 2008, el reclamo se centró en las 279 hectáreas ubicadas en la base del cerro Chapelco (lote “69 A”) que es el sector más importante de todos por estar asentado en este ámbito turístico (Ver mapa adjunto).

Centro Cultural Mapuche” sobre la base del Cerro Chapelco



Fuente: fotografía de los autores, Enero 2013.

Croquis del ejido municipal de San Martín de los Andes, Comunidad Mapuche Vera y Cerro Chapelco



Fuente: Stecher, 2011.

En julio de 2008, a partir de realizar una protesta en la base del cerro, lograron la firma de un acuerdo (ratificado en diciembre del mismo año), por el cual la provincia debía pagar un canon a la comunidad en concepto del uso del espacio territorial por parte de la concesión, y a la vez se efectuaría la titularización de dicho lote (Diario “La Bandurria”, 3 de diciembre de 2008). Por otro lado, se respeta las propiedades privadas existentes en este lote, por ello también es que debe efectivizarse este pago a la comunidad, ante la presencia de estos emprendimientos en el ámbito comunitario de los Vera. En definitiva, vemos como hay un reclamo de la comunidad Vera -aún irresuelto en su totalidad- que se superpone e incluye la base de operaciones del Cerro Chapelco, de propiedad provincial (pero concesionado a privados). Al mismo tiempo, la vecina comunidad Curruhuinca también reclama el co-manejo y la co-propiedad compartida del mismo sector (Impemba, 2013). Este complejo entramado es el que aún está abierto y que es parte fundamental de la manera en que asumen las relaciones interétnicas en San Martín de los Andes.

6. El Departamento “Los Lagos” y la influencia histórica del Parque Nacional Nahuel Huapi: negación, conflicto y estigmatización

Otra situación bien diferente es en la zona norte del Parque Nacional Nahuel Huapi, también en la Provincia de Neuquén, pero en el Departamento Los Lagos -que es el área localizada más al sur de este estado provincial, que limita con la vecina Provincia de Río Negro- cuya localidad de referencia es Villa la Angostura²⁴ (ver mapa). Se trata de una ciudad de grandes bellezas naturales que ha crecido aceleradamente en los últimos años²⁵ y se ha convertido en un destino para turistas de alto nivel adquisitivo, por eso se viene dando una acelerada expansión turística e inmobiliaria²⁶.

En esta zona, a diferencia de los restantes distritos de la provincia de Neuquén, predominó una ausencia de reconocimiento y una invisibilización de las poblaciones indígenas locales, sumadas a un progresivo despoblamiento del medio rural circundante a las localidades -como Villa la Angostura y en mucho menor medida Villa Triful-, producto precisamente de las políticas de expulsión de los pobladores rurales de menores ingresos (criollos, indígenas, etc.) históricamente aplicadas por Parques Nacionales. Esto es explicable, dada la menor incidencia que tuvo en esta región el Estado provincial neuquino, en conjunción la mayor influencia de actores privados locales y Parques Nacionales -con su impronta europeizante y aristocratizante de los años 30’ y ’40-, lo que entendemos, contribuyó a un menor reconocimiento de la diversidad cultural (García y Valverde, 2007; Valverde, 2006) en las décadas de 1960 y 1970 si lo comparamos con otras regiones del mismo “corredor de los Lagos” (como los Departamentos neuquinos antes señalados).

En el distrito “Los Lagos” las comunidades Mapuche locales, aún no cuentan con el correspondiente reconocimiento institucional desde el Estado municipal y provincial (sí el del Estado nacional a través del Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (I.N.A.I.) o la Administración de Parques Nacionales). Por esto tampoco estas comunidades poseen la propiedad de la tierra, lo que agrava aún más su situación.

A partir del proceso histórico particular que hemos descrito, en este contexto desde las políticas públicas no se promueve un producto turístico ligado al pueblo Mapuche y en algunas instancias hasta se niega su legitimidad como pueblo originario²⁷, donde la comunidad Paichil Antriao (asentada en el municipio de Villa La Angostura), mantiene una situación sumamente conflictiva con propietarios privados y el Estado provincial y local. A esto se suma el crecimiento poblacional y por sobre todo vertiginosa actividad inmobiliaria, lo que explica la creciente presión sobre los territorios –que no se encuentran titularizados en favor de la comunidad ante la falta de reconocimiento provincial-, lo que ha generado un agudo conflicto que lleva casi una década.

Cabe destacar que desde el año 2003, los descendientes de Antriao y Paichil, vienen realizando una serie de movilizaciones y reclamos judiciales en busca de su reconocimiento como “Comunidad Mapuche” (como Lof Paichil Antriao), que es objeto de grandes controversias. Las tierras que tradicionalmente ocupa el Lof Paichil Antriao²⁸ se hallan titularizadas a nombre de particulares ajenos a la comunidad que -aunque nunca tuvieron su posesión- las reclaman como propias. Esto contribuye a explicar la situación de conflictividad con diferentes sectores privados, interesados en avanzar sobre esos valiosos terrenos. Desde aquel momento, los Mapuche se encuentran asentados sobre el cerro Belvedere (área periurbana de la localidad), al tiempo que se han producido múltiples episodios de violencia, desalojos de algunas familias –a partir de la denuncia a los indígenas a través de diferentes figuras del Código Penal, tales como “usurpación”, “amenazas”, etc.- Esto ha llevado a que los Paichil Antriao reúnan un número muy elevado de los integrantes de comunidades Mapuche de la provincia de Neuquén procesados en diversas causas judiciales.

7. Expansión turística, visibilización y conflictos: a modo de cierre (y aperturas)

En el recorrido efectuado a lo largo de estas páginas, hemos podido visualizar cómo, la escenificación que se presenta acerca de los Mapuche es de carácter esencializante y folklorizante -efectuándose como caracterizamos en otra oportunidad una- “(...) apropiación de fragmentos turistificables de la cultura Mapuche” (Impemba, 2013, 197). Por cierto, esta puesta en escena asume características sumamente complejas. Por un lado, implica está “apropiación” de la cultura indígena, donde la forma que adquiere dicha representación *soslaya* las *múltiples contradicciones*, así como el rol subordinado que desempeñan los pueblos indígenas en estos contextos (García y Valverde, 2006; Valverde, 2006). A la vez -parafraseando a Pereiro Pérez- “(...) la mercantilización turística cultura causa una distribución desigual de los beneficios del turismo” (2009:131). Pero a la vez, esta “puesta en valor” y los conflictos resultantes de tales desigualdades, paradójica y contradictoriamente, brindan el marco necesario para permitirles posicionar sus reclamos (Valverde, 2014; Impemba, 2013).

El conflicto de Aluminé posibilita evidenciar cómo a pesar de la negación y “puesta en escena” de los atractivos locales *soslayando* la presencia indígena, los avances en la capacidad de movilización en las comunidades locales (que se verifican desde mediados de la década de 1990) los ha llevado a disputar con mega emprendimientos por los preciados ámbitos territoriales y a la vez interpelar al Estado en relación a la política de concesiones de la Corporación Interestadual Pulmarí.

Los litigios de San Martín de los Andes -y en particular por el Cerro Chapelco-, han puesto de manifiesto la capacidad de brindar respuestas frente al avance de la actividad turística y sus consecuencias (tales como la contaminación de los arroyos), generando una creciente presencia territorial y capacidad de acceder a los recursos en ámbitos sobre los que ya se encuentran reconocidos.

En contraste con estas dos regiones, los litigios protagonizados por la comunidad Paichil Antriao de Villa la Angostura permiten evidenciar cómo la creciente adscripción étnica Mapuche y su visibilización pública, se dio en estrecha asociación a la defensa de los territorios ancestrales, una creciente valorización de los mismos, la ampliación de distintos emprendimientos y a la vez crecientes disputas entre los diferentes sectores involucrados.

En relación con estas heterogeneidades, desempeñan un rol nodal las configuraciones en asociadas a las relaciones interétnicas durante el proceso de formación y consolidación del Estado – Nación (Trincherro, 2000). Como hemos señalado en un trabajo reciente referido a la visibilización de “lo Mapuche” (Valverde, 2014), la minuciosidad de la experiencia etnográfica, posibilita profundizar en

dichos procesos, en complementariedad con otras fuentes de información para dar cuenta de variables contextuales (a nivel nacional, regional y local).

Ahora bien, más allá de las grandes heterogeneidades que hemos podido verificar entre las diversas localidades en relación a estas escenificaciones (o bien la falta de las mismas), observamos cómo uno de los resultados fundamentales de la actividad turística fue favorecer la conformación y el reconocimiento de los Mapuche como sujetos sociales. A la vez, los conflictos que se han dado, han originado por intermedio de la actividad turística, prácticas de resistencia que les permitieron posicionarse social, cultural, económica y políticamente, y han conllevado un reforzamiento de la identidad étnica y su expresión política –la etnicidad. La clave para comprender estos procesos está dada en cómo se refuerza la identidad en los límites étnicos, en las “fronteras” con los “otros” (Vázquez, 2000), y en especial a través de las diferentes figuras en las que éstos se ven personalizados: los propietarios privados, el Concesionario del Cerro Chapelco, el “Spa de montaña”, el estado provincial y municipal, etc.

Pero además, es desde dicho posicionamiento que incluso puede hablarse de un salto “cualitativo” en su capacidad de movilización (Balazote y Radovich, 2009) que en definitiva han logrado acrecentar su presencia como pueblo en general y en particular en el “campo” turístico –entendido en los términos que Bourdieu (1996) asigna a la noción de “campo social”-.

El carácter por demás paradójico y contradictorio que asume la expansión de esta fuente de ingresos, no hace más que reforzar y reafirmar el hecho de que las transformaciones que genera la actividad turística deben ser analizadas en su complejidad y multidimensionalidad, lo cual va mucho más allá de considerar los diversos conflictos como meros “efectos” o concebir no el vínculo entre “turistas” y “anfitriones”, sino más bien entre “turistas”, “anfitriones” y “anfitriones”.

Bibliografía:

- Almirón, Analía, Bertoncello, Rodolfo, Troncoso, Claudia Alejandra
2006 “Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos en Argentina”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15 (2):101-124.
- Balazote, Alejandro
2006 “Winkas y mapuches: producción cultural y oferta turística en una aldea de montaña en Norpatagonia, Argentina”. *Ilha Revista de Antropología*, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (Florianópolis, SC, Brasil), vol. 8, (1,2): 117-136.
- Balazote, Alejandro y Radovich, Juan Carlos.
2009 “Turismo y etnicidad. Una interculturalidad conflictiva en territorio mapuche”. En: Tamagno, Liliana (Coord.) *Pueblos Indígenas. Interculturalidad, colonialidad y política* (pp. 25-43). Buenos Aires: Biblos.
- Bartolomé, Miguel y Barabas, Alicia
1996 *La pluralidad en peligro: Procesos de Transfiguración y Extinción Cultural en Oaxaca (Chochos, Chontales, Ixcatecos y Zoques)*. México: INAH: Instituto Nacional Indigenista.
- Bengoa, José.
2007 *La Emergencia Indígena en América Latina*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, Pierre
1996 “Espiritus del Estado. Génesis y estructura del campo burocrático”. *Revista Sociedad*, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 8: 1-16.
- Comaroff, Jean y Comaroff, John L.
2011 *Etnicidad S.A.* Buenos Aires: Katz Editores.
- Crespo, Carolina.
2009 “La memoria como política y la política de la memoria”. En García, Analía y Bersten, Lara (Comps.). *El territorio en perspectiva. Política pública y memoria social en Villa Triful*. (pp. 53-80). Buenos Aires: El autor.
- Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén.
2012 *Estadísticas de Permisos de Edificación para Construcciones Privadas, año 2012*. Neuquén: Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén.
- García, Analía y Valverde, Sebastián
2006 *Un pueblo, un producto. Análisis de la actividad turística como política de Estado e inserción de las poblaciones mapuches en este contexto. El caso de la Provincia de Neuquén*. IV Jornadas de Investigación en Antropología Social – Sección Antropología Social – Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires, 2, 3 y 4 de Agosto de 2006.

- García, Analía y Valverde, Sebastián.
2007 "Políticas estatales y procesos de etnogénesis en el caso de poblaciones mapuche de Villa La Angostura-Neuquén-Argentina". Cuadernos de Antropología Social, 25: 111-132.
- Grünwald, Rodrigo.
2003 "Turismo e Etnicidade". Horizontes Antropológicos, 9: 141-159.
- Guber, Rosana.
1991 El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de Campo. Buenos Aires: Editorial Legasa.
- Guerrero Valdebenito, Rosa María
2005 "Identidades territoriales y patrimonio cultural: la apropiación del patrimonio mundial en los espacios urbanos locales". Revista Teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación, N° 1-2: 289-306.
- Impemba, Marcelo.
2013 ¿Los otros Invisibles? La cultura mapuche en el expansionismo turístico de San Martín de los Andes. Córdoba: Ferreyra Editor.
- INDEC – Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
2012 Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010 Censo del Bicentenario. Resultados definitivos, Serie B N° 2. Argentina. 2012, Disponible en: <http://www.indec.gov.ar>
- INDEC – Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
2001 Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas. Buenos Aires, Argentina. <http://www.indec.gov.ar/>
- Maragliano, M. Graciela
2013 "Interpretación del patrimonio: comunicación del significado del territorio en las prácticas turísticas recreativas". VII Jornadas de Investigación en Antropología Social Sección Antropología Social - Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras - Universidad de Buenos Aires.
- Maragliano, M. Graciela
2011 "El turismo como práctica social significativa en las comunidades mapuche al sudoeste de Neuquén". En: Sebastián Valverde; Graciela Maragliano; Marcelo Impemba (Coords.). Procesos históricos, transformaciones sociales y construcciones de fronteras: aproximaciones a las relaciones interétnicas: estudios sobre Norpatagonia, Argentina y Labrador, Canadá. 1a ed. - (pp. 307-326). Buenos Aires: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires.
- Ministerio de Desarrollo Territorial, Gobierno de la Provincia de Neuquén.
2014 Temporada Estival 2014. Principales resultados.
- Prats, Llorenç
1997 Antropología y Patrimonio. Barcelona: Ariel.
- Pereiro Pérez, Xerardo.
2009 Turismo Cultural. Uma visão antropológica. El Sauzal, Tenerife (España): Asociación Canaria de Antropología. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.
- Ribeiro, Darcy.
1971 Fronteras indígenas de la civilización. México: Siglo XXI.
- Stecher, Gabriel
2011 "Territorio, Desarrollo e intervenciones institucionales en comunidades mapuche Los casos del Área Pulmarí (Departamento Aluminé), Linares (Departamento Huiliches) y Vera (Departamento Lacar) Provincia de Neuquén". Tesis de Doctorado en Estudios Sociales Agrarios Centro de Estudios Avanzados - Facultad de Ciencias Agropecuarias Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.
- Subsecretaría de Turismo – Provincia de Neuquén.
2014 Sitio web oficial En: <http://www.neuquentur.gov.ar/>
<http://www.neuquentur.gov.ar/es/corredor-de-los-lagos/>
<http://www.neuquentur.gov.ar/es/alumine/>
- Trincheró, Héctor Hugo.
2000 Los dominios del demonio. Civilización y barbarie en las fronteras da nación. El Chaco Central. Buenos Aires: Eudeba.
- Valverde, Sebastián
2014 "Veríamos a forma de aproveitar suas culturas e de fazer um produto turístico mais: relações interétnicas, cenificações e territorialidades divergentes no Norte da Patagônia Argentina". Agália. Revista de Estudos na Cultura. Santiago de Compostela (Galiza): Publicaçom internacional da Associaçom Galega da Língua. N°: 108 (en prensa).

Valverde, Sebastián.

2013 “De la invisibilización a la construcción como sujetos sociales: el pueblo indígena Mapuche y sus movimientos en Patagonia Argentina”. Anuário Antropológico. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade de Brasília (PPGAS/UnB). 2013 (I): 139-166.

Valverde, Sebastián.

2006 “Las condiciones de existencia y las prácticas de reproducción de la población mapuche en las regiones turísticas de las provincias de Neuquén y Río Negro”. Tesis Doctoral. Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Universidad de Buenos Aires.

Vázquez, Héctor

2000 Procesos identitarios y exclusión sociocultural. La cuestión indígena en la Argentina. Buenos Aires: Biblos.

Villa la Angostura. El Portal de la Villa.

2014 Sitio web “Villa la Angostura. El Portal de la Villa”.

En: <http://www.villalaangostura.com.ar/historia-de-la-villa.html>

Referencias Periodísticas:

Argentina.Indymedia.2006 – 2 de Agosto de 2006. “Pulmarí, otra parte del territorio mapuce recuperado”, por Newen Antv. En: <http://argentina.indymedia.org/news/2006/08/428500.php>

Diario “La Bandurria”, 3 de diciembre de 2008 (en Argentina.Indymedia).

<http://argentina.indymedia.org/news/2008/12/641923.php>

“Neuquén: El gobernador ratificó acuerdo con la Comunidad Vera”.

Diario “La Mañana del Neuquén”, 29 de diciembre de 2010.

“La Angostura tiene 11.087 personas”.

http://www.lmneuquen.com.ar/noticias/2010/12/29/la-angostura-tiene-11087-personas_94000

Diario “Río Negro”, 13 de enero de 2003.

“Mapuches ocupan tierras que reclaman”.

<http://www1.rionegro.com.ar/arch200301/r13s09.html>

Diario “Página 12”, 29 de Agosto de 2002.

“El piquete mapuche que paralizó el complejo de esquí de Chapelco”.

<http://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/3-9457-2002-08-29.html>

Notas

- ¹ La Patagonia constituye la parte más austral de América del Sur. Comprende los territorios del sur de Chile y de Argentina. En Argentina, abarca un sector de la Provincia de Buenos Aires, junto con La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego (Ver Mapa N° 1).
- ² La Provincia del Neuquén se localiza en el noroeste de la Patagonia, recostada sobre la Cordillera de los Andes. Posee una superficie de 94.078 km² y está dividida administrativamente en 16 departamentos. Limita al Norte con la provincia de Mendoza, al Sur con la provincia de Río Negro, al oeste con la cordillera de los Andes (límite natural que la separa de la República de Chile) y al Este con Río Negro y La Pampa (Ver Mapas N° 1, 2 y 3).
- ³ El Departamento Aluminé se encuentra localizado en el centro-oeste de la provincia de Neuquén, ocupando una superficie de 4.660 km² (lo que equivale al 5% del total provincial). La localidad cabecera lleva el mismo nombre que el distrito (INDEC, 2001).
- ⁴ Mapu significa en “mapudungún” (en su lengua originaria) “tierra” y “che” significa “gente”, así “Mapuche” quiere decir “Gente de la tierra”. Este pueblo indígena que se asienta en el sur de Chile y de Argentina (en el área norte de la Patagonia), sobrevivió a los ataques genocidas y etnocidas llevados a cabo a ambos lados de la cordillera de los Andes a fines del Siglo XIX. En el vecino país de Chile se asientan en la Octava, Novena y Décima Región y (como resultado de las migraciones) en la región Metropolitana, sumando –de acuerdo a lo que señala Bengoa (2007)- 900.000 integrantes, de los cuales 250.000 habitan en el campo y el resto en las ciudades. En Argentina, se asientan en las provincias de Chubut, Río Negro, Neuquén, La Pampa y Buenos Aires (Balazote y Radovich, 2009) conformando algo más de 200.000 miembros de acuerdo al último censo de población del año 2010

(INDEC, 2012), siendo el pueblo originario más numeroso del país (seguido por los grupos Qom-Toba, Guaraní, Diaguita y Kolla).

- ⁵ La región de Pulmarí, se caracteriza por una destacada presencia de este pueblo originario y a la vez, una gran conflictividad asociada al acceso a su territorio ancestral. Desde fines de la década de 1980, la región se encuentra administrada por la “Corporación Interestadual Pulmarí” (CIP), ente interjurisdiccional conformado por tierras de la Nación y la Provincia- que surgió con los objetivos –al menos explícitos- de mejorar las condiciones de vida de estas comunidades originarias. Esta zona posee una gran complejidad social, ya que en el área administrada por la CIP se asientan, además de siete comunidades del pueblo indígena Mapuche (Lof Katalan, Lof Ruka Choroy, Lof Ñorkinko, Lof Kurumil, Lof Lefiman, Lof Yegeywaj, Lof Tayiñ Rakizuam, además de la Confederación Mapuche Neuquina), los denominados los “Concesionarios”, que constituyen particulares a quienes la CIP ha otorgado concesiones con distintos fines (ganaderas, agrícolas, apícolas, turísticas, etc.) por plazos determinados. En algunos casos, en especial las más grandes que conforman verdaderas empresas privadas, suelen mantener situaciones de gran conflictividad con el pueblo Mapuche, por los ámbitos territoriales.
- ⁶ Las organizaciones indígenas señalaban: “*Ya recuperamos los cuadros de invernada que estaban en jurisdicción del ejército. Recuperamos el perilago -del Lago Pulmarí-, la pintura rupestre y el cementerio Mapuce, que estaban apropiadas*”, en un comunicado de prensa del 1 de agosto, firmado por las autoridades de las comunidades Mapuce Lof Katalan, Lof Ruka Choroy, Lof Ñorkinko, Lof Kurumil, Lof Lefiman, Lof Yegeywaj, Lof Tayiñ Rakizuam y la Confederación Mapuche Neuquina (Argentina. Indymedia.org, 2006). A la vez exigían: “*La convocatoria urgente a la Auditoría General de la Nación para que proceda a revisar los métodos, las concesiones y los beneficios otorgados a amigos del poder provincial y otros oscuros negociados sin resolver*” (Argentina.Indymedia, 2 de Agosto de 2006).
- ⁷ El denominado “Corredor de los Lagos” abarca los Departamentos de Aluminé, Huiliches, Lácar y Los Lagos de la provincia de Neuquén donde –en los tres primeros casos– en el sector cordillerano se asienta el Parque Nacional Lanín. En un área que abarca una fracción del departamento Los Lagos, y en la zona norte del Departamento de Bariloche (en la vecina provincia de Río Negro) se encuentra la jurisdicción del Parque Nacional Nahuel Huapi, mientras el resto corresponde a las áreas provinciales. Luego, continuando hacia el sur, la zona de los lagos también incluye la región del Noroeste de la Provincia de Chubut (que no consideraremos en este trabajo). También hay una región de los Lagos en la vecina República de Chile, que corresponde a las regiones IX y X (y que tampoco incluimos en este análisis).
- ⁸ El primer autor de este artículo, Dr. Sebastián Valverde, se ha desempeñado y dirigido diversos proyectos y trabajos académicos que han abordado la conflictividad territorial del pueblo Mapuche en relación a los procesos de actualización étnico-identitaria, las transformaciones socioeconómicas regionales y el desarrollo de los movimientos indígenas. Por su parte, Graciela Maragliano y Marcelo Impemba, son docentes e investigadores de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue con sede en San Martín de los Andes y Neuquén. Se han desempeñado y dirigido diferentes proyectos de investigación, extensión y de intervención en la región, con proyectos turísticos desarrollados con las propias poblaciones indígenas, investigando sobre las consecuencias de las dinámicas turísticas y las formas de patrimonialización en poblaciones indígenas.
- ⁹ La variación poblacional de los últimos años (1991-2010) permite dimensionar los cambios de este período. Mientras la Provincia de Neuquén creció de 388.833 a 551.226 habitantes (41,8% de incremento), en los cuatro Departamentos del “Corredor de los Lagos” que corresponden a la zona de mayor desarrollo de la actividad turística (Aluminé, Huiliches, Lácar y Los Lagos) la población creció casi el doble que en el total provincial: un 80,5% (INDEC, 2001 y 2012).
- ¹⁰ Un ejemplo de esto se puede observar con la cantidad de pernотes registrados en establecimientos habilitados al comparar la temporada estival (meses de Enero y Febrero) entre los años 2004 y 2014 para el conjunto de la Provincia de Neuquén, el que ha crecido de 534.433 en el año 2004 a 830.587 en 2014, lo que implica un crecimiento del 55,4%. Los establecimientos habilitados son de 758 (para este año 2014) un 96% más que hace una década, con 27.163 plazas, lo que representa un 58% más elevado que en el año 2004 (Ministerio de Desarrollo Territorial, Gobierno de la Provincia de Neuquén, 2014). Estas últimas cifras, posibilitan dar cuenta de la consolidación de la región como centro turístico, también con una ampliación de la oferta y los servicios brindados.
- ¹¹ Entre los años 1991 y 2001 rigió en Argentina un sistema denominado de “convertibilidad” de la moneda, basado en la equivalencia de un peso argentino con un dólar estadounidense. En el año 2002, en un contexto de una severa crisis socioeconómica se anuló esta medida -con la consiguiente devaluación del peso- con el fin de incentivar la producción local.

- ¹² Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén, Corredor de los Lagos, 2014.
En: <http://www.neuquentur.gov.ar/es/corredor-de-los-lagos/>
- ¹³ Cabe destacar que nos estamos refiriendo a las comunidades asentadas en la zona de Pulmarí del Departamento de Aluminé, con su ciudad cabecera del mismo nombre. No así a la localidad de Villa Pehuenia en el mismo Departamento, que posee ciertas características vinculadas a su origen como centro turístico y particularidades que se derivan de una fuerte y sostenida intervención provincial (por lo que no será abordada en este trabajo).
- ¹⁴ En el Sitio web oficial de la Provincia de Neuquén puede leerse, en relación a Aluminé, que la “*historia [de la localidad] es relativamente reciente, en el año 1915 oficialmente se reconoce el asentamiento de los colonos, cuyo origen se remonta alrededor de los años 1880. A medida que pasa el tiempo esta localidad y sus alrededores convoca a quienes buscan el contacto con la naturaleza y aventuras diferentes*” (Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén, Aluminé; 2014).
- ¹⁵ Tal es el caso de los “concursos de leñadores” o la conmemoración de la navidad con una impronta que remite a tradiciones europeas (Balazote, 2006).
- ¹⁶ La ciudad de San Carlos de Bariloche (en la vecina provincia de Río Negro) es el centro urbano más importante de la zona cordillerana de la Patagonia lo que contribuye a que sea receptora de un turismo “masivo”.
- ¹⁷ Esto lleva a omitir en el relato histórico de la localidad las actividades económicas anteriores al desarrollo turístico (forestales, agrícolas, ganaderas, etc.), que serían incompatibles con la imagen de naturaleza “virgen” que se desea promover (Valverde, 2014).
- ¹⁸ Cuando en el campo turístico los actores que representan a los sectores privados y públicos expresan la necesidad de la *puesta en valor*, se refieren al diseño y colocación en el mercado de un producto turístico (en este caso Mapuche) y, por lo tanto convertirlo en un recurso económico donde lo cultural se define a partir de su valoración monetaria, para lo cual habría que adecuar dicho *producto* al gusto del turista: Qué exhibirse y en definitiva, cómo y dónde exponer a ese *conjunto heterogéneo* denominado comunidad Mapuche.
- ¹⁹ El complejo invernal es propiedad del estado provincial y es administrado a través de un concesionario privado, en la actualidad bajo la denominación “Nieves del Chapelco S.A.” (Impemba, 2013).
- ²⁰ Esta comunidad se sitúa en la margen norte de la cuenca del Lago Lácar, en el Lote “69” con una superficie total de 775 has. Está integrada por 46 familias, limitando con el cerro Chapelco, con la comunidad Curruhuinca y con diversos barrios de San Martín de los Andes.
- ²¹ Recordemos el cambio cualitativo que se produce a partir del año 2002 con la devaluación de la moneda local y la mayor afluencia de turistas a partir de ese momento.
- ²² En el año 1999 se había firmado un convenio por el cual la empresa concesionaria del cerro se comprometía a efectuar las reformas en el sistema cloacal, pero nada cambió. En el año 2001 los indígenas habían ocupado el concejo deliberante de la ciudad para conseguir entregas de agua mineral y por la resolución de este problema. A mediados del año 2002, la jueza de faltas había dispuesto la clausura de las instalaciones sobre la base de inspecciones realizadas por el organismo de control municipal. La misma se levantó en el mes de Junio, pero con carácter provisorio, sujeta al cumplimiento de las obras de saneamiento (Balazote, 2006).
- ²³ Los diferentes conflictos Mapuche por el cerro Chapelco han sido abordados por diversos investigadores (Balazote, 2006; Valverde, 2006; Stecher, 2011; Impemba, 2013).
- ²⁴ La localidad de Villa la Angostura -cabecera del Departamento “Los Lagos” de la Provincia de Neuquén- se asienta sobre la orilla norte del Lago Nahuel Huapi y se extiende hasta el Lago Correntoso en una zona de grandes bellezas naturales, al contar con lagos, ríos y montañas (que forman parte de la Cordillera de los Andes, que oficia de límite con el vecino país de Chile). Se encuentra a 80 Km. de las ciudades San Carlos de Bariloche y a 110 Km. de San Martín de los Andes (por el circuito turístico de “Los Siete Lagos”) y a 30-40 kilómetros de la frontera con Chile.
- ²⁵ En 1991, Villa la Angostura poseía 3.056 habitantes, en el año 2001 contaba con 7.325 habitantes, y en el último censo del año 2010 registra 11.087 habitantes (de acuerdo a cifras provisorias del censo 2010, Diario “La “Mañana del Neuquén”, 29/12/2010).
- ²⁶ Los datos de los “permisos para construcciones nuevas y ampliaciones” según municipio, resultan elocuentes de esta tendencia. Villa la Angostura, con tan solo el 2% de la población provincial en el año 2012 (último dato disponible) fue la segunda localidad de la provincia (después de Neuquén capital con el 43,55% de la población provincial) en cantidad de permisos para construcciones nuevas y ampliaciones -con 255 autorizaciones, lo que representa el 16,1% del total provincial- (Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, 2012). El promedio de los años

2008 a 2012 da cuenta de este mismo posicionamiento, es decir es la segunda ciudad de la provincia concentrando casi el 20% de las autorizaciones de todo el territorio neuquino (Dirección Provincial de Estadística y Censos de la Provincia del Neuquén, 2012).

²⁷ Al igual que lo que se puede leer en otras crónicas de la región, en el sitio web oficial y otros promocionales, se atribuye el origen local a las gestas de “pioneros” de origen europeo, negando los antecedentes indígenas en la zona, que están ampliamente documentados. Como se puede leer en esta crónica histórica del sitio web de la localidad de Villa la Angostura “villalaangostura.com.ar” se menciona la presencia indígena al referirse a “*los primeros pobladores*” que se asentaron en la región a fines del siglo XIX, no obstante se omite en el relato, el origen étnico u otra característica. No obstante, cuando es un poblador de origen europeo (que llega a la zona varias décadas después de las familias indígenas), allí es identificado por su nombre y nacionalidad. Allí, se enfatiza su “*gran empuje y visión*” y a la vez se vinculan sus acciones de aquel entonces con la oferta turística actual de la localidad, al enfatizar la fundación de un Hotel y la llegada del primer contingente de turistas. En: <http://www.villalaangostura.com.ar/historia-de-la-villa.html>

²⁸ Cuando se conformó la “Colonia Agrícola Pastoril Nahuel Huapi” en el año 1902, les fue otorgado el lote N° 9 (donde actualmente se asienta el ejido de la localidad de Villa la Angostura) a los pobladores Mapuche Ignacio Antriau y José María Paisil. Este beneficio a los antepasados que dan origen a la actual comunidad Paichil Antriau, les fue otorgado precisamente como reconocimiento por su colaboración con la “comisión de límites” que trabajó en la zona por aquellos años y que concluyó con la delimitación de la frontera con Chile en el año 1902 (si bien el límite efectivo funcionaria en los hechos varias décadas después). No obstante, a través de la copropiedad a ambos grupos familiares, luego por medio de sucesivas subdivisiones del lote original, así como el avance de diversos actores privados –a medida que estas tierras se iban valorizando- sus descendientes fueron perdiendo la mayor parte de estas tierras.

Recibido: 14/01/2015
Reenviado: 18/01/2015
Aceptado: 22/01/2015
Sometido a evaluación por pares anónimos

Turismo na Terra Indígena Pataxó de Coroa Vermelha: imperialismo e pós-colonialidade na região do Descobrimento do Brasil

Rodrigo de Azeredo Grunewald*
Universidade Federal de Campina Grande (Brasil)

Resumo: Ao examinar o turismo entre os Pataxó da Terra Indígena de Coroa Vermelha, no estado da Bahia (Brasil), este artigo coloca em evidência duas modalidades de turismo ali observadas: uma na qual predomina uma perspectiva imperialista, e outra onde o discurso pós-colonial é mais facilmente negociado entre indígenas e visitantes. Baseado em dados etnográficos coletados de forma variada nos últimos dezenove anos, o artigo toma como fio condutor os discursos e as performances correntes na localidade em destaque para refletir sobre a agência constitutiva de sentidos acerca das tradições e do patrimônio local, que põe em evidência uma memória sobre o Descobrimento do Brasil.

Palavras-chave: Turismo, imperialismo, pós-colonialismo, patrimônio, memória, tradição, povos indígenas

Tourism in Coroa Vermelha Pataxó indigenous land: imperialism and pós-colonialidade in the region of the discovery of Brazil

Abstract: By examining tourism among the Pataxó of the Coroa Vermelha Indian Land, in the state of Bahia (Brazil), this article highlights two modalities of tourism observed at that place: one in which prevails an imperialist approach and other in which postcolonial discourse is more easily negotiated between Indians and the visitors. Based on ethnographic data collected in a varied manner over the last nineteen years, this paper focuses the discourses and performances present at that location in order to reflect on the agency that constitute meanings about those traditions and local heritage, and that highlights a memory on the Discovery of Brazil.

Keywords: Turism, imperialism, post-colonialism, heritage, memory, tradition, indigenous peoples

1. Introdução

Há séculos pessoas viajam para conhecer populações indígenas. O que torna essa questão importante na atualidade é a escala e a velocidade com que o turismo se espalha para as longínquas terras indígenas antes ignoradas (Hinch and Butler, 1996), bem como o fato de essas populações nativas estarem agora buscando assumir a posse e o controle sobre tais visitas (Bunten and Graburn, 2009: 2).

No Brasil, apesar de todas as dificuldades que o turismo tem enfrentado para se efetivar em terras indígenas por conta da feição do indigenismo brasileiro (Grunewald, 2009a), os Pataxó habitantes do litoral do extremo sul do estado da Bahia estão em contato com o turismo há cerca de quarenta anos. De fato, foi na década de 1970 que o turismo começou a envolver os Pataxó e, desde então, cada vez mais o turismo penetrou na vida desses indígenas. Igualmente, o desenvolvimento de toda a região onde habitam foi alavancado pelo turismo, que hoje continua sendo o alicerce da economia local: tanto das municipalidades de Porto Seguro e Santa Cruz Cabralia, quanto das aldeias Pataxó que se espalham pela região.

O envolvimento dos Pataxó com o turismo tem sido registrado em diversas produções acadêmicas - principalmente na área de antropologia -, as quais tiveram início ainda em fins da década de 1980

* Rodrigo de Azeredo Grunewald é professor associado de antropologia do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPGCS) - Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) – Brasil. Email: grunewald.ufcg@gmail.com

(Rocha Júnior, 1987). Hoje, um conjunto relativamente extenso de publicações já se registra e muitas palestras já foram proferidas sobre a presença do turismo entre esses índios.

Em geral, o foco desses trabalhos acadêmicos recai sobre artesanato, identidade indígena ou territorialidade, embora outras abordagens ligadas à educação, gênero, religião, conflitos, entre outras, tenham sido levadas a efeito. De qualquer forma, o que importa é que em quase todos esses trabalhos o turismo aparece com maior ou menor peso.

Neste artigo, buscarei comentar duas modalidades de turismo contraditórias, mas que se encontram simultaneamente presentes na Terra Indígena Pataxó de Coroa Vermelha, a qual se divide em duas glebas e em cada qual predomina uma dessas formas de turismo - embora ambas as formas se insinuem em ambas as glebas, diferindo apenas em intensidade. Na Gleba A (Praia) predomina uma atividade turística imperialista ou colonialista (mesmo com a elaboração indígena de um discurso contra-hegemônico), enquanto na Gleba B (Mata) predomina um movimento pós-colonialista embutido na realização do turismo. São essas formas de turismo (e sua distinção) que este artigo se propõe explorar com base em trabalhos de campo etnográficos variados que tiveram lugar naquela Terra Indígena em várias ocasiões nos últimos dezoito anos.

Ao distinguir ambas as modalidades de turismo, me concentrarei, como fio condutor, nos discursos e nas *performances* correntes na região sobre o descobrimento do Brasil, na medida em que a recriação histórica desse episódio colonial ultramarino é parte fundante ou constitutiva das atividades turísticas inauguradas nesse território Pataxó.

2. O turismo emergente: os Pataxó e o colonialismo

O Ilhéu da Coroa Vermelha, situado no atual município de Santa Cruz Cabrália, é o lugar onde o descobridor Pedro Álvares Cabral desembarcou em 22 de abril de 1500. Ali, quatro dias depois, foi também foi celebrada a Primeira Missa em solo brasileiro. Neste localidade, os portugueses foram recebidos por índios Tupiniquim, que se acercavam ainda de outras populações nativas, tais como os Botocudos, além de famílias Pataxó, Maxacali e Camacã, que circulavam em pequenos bandos nas matas próximas à faixa costeira. Nos três séculos seguintes ao Descobrimento, sabe-se que grupos de todas essas etnias realizavam ataques, mais ou menos recorrentes, aos colonizadores - mesmo tendo sido estabelecidos alguma atividade de trocas comerciais entre índios e colonizadores e mesmo tendo havido aldeamentos capuchinhos e jesuítas na região para congregar os índios sob domínio colonial.

Em 1861, com o objetivo de acabar com os ataques a fazendas da região e civilizar os índios, o Governador da Província da Bahia mandou fundar a atual aldeia de Barra Velha (situada no limite meridional do atual município de Porto Seguro) congregando ali os nativos de todas as etnias acima referidas, os quais ficaram fadados ao esquecimento, vivendo em relativo isolamento e mantendo contatos esporádicos apenas com pescadores, comerciantes com quem trocavam mercadorias ou deixavam sua produção em consignação e fazendeiros para quem alguns trabalhavam sazonalmente.

Na década de 1940 foi iniciada sobre o território indígena uma demarcação de terras para a criação do Parque Nacional do Monte Pascoal¹, que, depois de sérios conflitos que provocaram diásporas a partir daquela territorialidade, acabou por ser criado em 1961, quando se tentou formalmente excluir os indígenas da vida produtiva no seu território. Contudo, apesar de todas as adversidades, muitos daqueles nativos recusaram-se a assimilar-se completamente ao contexto regional e escolheram manter-se unidos num agrupamento indígena. É a partir dessa opção de se manter como índios no seu território - e na luta para conseguir isso no âmbito desse fluxo colonial (Grünwald, 2002a; 2010) - que surge a necessidade de criar um *regime de índio* (Grünwald, 2001) para a representação da *indianidade* nas amplas arenas políticas que ali começavam a se estabelecer.

Ao se assumirem pública e oficialmente como *índios*, lograram, enfim, a fundação de um posto indígena na aldeia de Barra Velha, embora as condições de vida continuassem extremamente precárias e a assistência governamental lhes fosse extremamente escassa. A essa época, destaca-se a construção da rodovia BR 101 (e em seguida a da BR 367), a qual trazia o desenvolvimento para região, inicialmente com a instalação de serrarias e de fazendas de gado. Mas os Pataxó não se inseriram inicialmente nessas atividades, permanecendo retraídos em Barra Velha ou em alguns outros núcleos familiares formados pelas dispersões mencionadas e espalhados em matas ou povoados próximos ou distantes. Viviam de pequenas roças, um pouco de caça e pesca e extrativismo na mata e no mangue. Mantinham em comunicação principalmente através das trocas realizadas entre as famílias que moravam no interior e litoral e as quais se perpetuavam há gerações.

A difícil situação dos indígenas para manter uma boa qualidade de vida levou um chefe do citado posto da Fundação Nacional do Índio (FUNAI) a propor aos índios a confecção de artesanato para fins comerciais, dado o fluxo turístico que se anunciava com a construção das rodovias, inclusive com a prevista inauguração do marco do Descobrimento do Brasil em Coroa Vermelha, no município vizinho (ao norte) de Santa Cruz Cabrália. O chefe do posto indígena mostrou então aos Pataxó colares de índios Xerente (onde ele havia trabalhado) e orientou-os na produção e comercialização das peças. A “ideia do artesanato indígena para venda a turistas vinha, enquanto alternativa econômica, tentar suavizar aquela situação de penúria” (Grunewald, 2002a: 7).

Nessa mesma época, mais exatamente em 1972, alguns índios se transferiram para Coroa Vermelha, principiando uma nova aldeia Pataxó naquela localidade onde, um ano e meio depois, se inauguraria o marco do Descobrimento. Esta nova aldeia, voltada quase que especificamente para a comercialização do artesanato ao turista, se desenvolveu rapidamente e assumiu características urbanas. No final dos anos 1970, durante toda a década de 1980 e ainda hoje, famílias indígenas de várias aldeias Pataxó da região vêm encontrando no turismo, quer de maneira direta ou indireta, uma importante fonte de renda. De fato, o turismo chegou como uma *frente de expansão* da sociedade brasileira que remodelou a vida indígena em boa parte da região, impondo novos ritmos, inserções socioeconômicas, hábitos culturais etc.

Como já expusemos em outra ocasião (Grunewald, 2002a), foi a partir das noções de *fricção interétnica* de Roberto Cardoso de Oliveira e de *frontes de contato* de Darcy Ribeiro que Paul Aspelin (1977) “introduziu na antropologia do turismo a ideia de *frente turística* para se referir ao turismo como uma forma de contato cultural encontrada no âmbito geral da economia política e da ética de tomada de decisão e levando em consideração a presença da indústria do turismo” (Grunewald, 2002a: 8). Na mesma comunicação, afirmamos que “é nesse âmbito que é entendida a situação de contato cultural assimétrico produzida na interação social entre nativos e uma sociedade desconhecida que se aproxima a fim de explorar os recursos turistificáveis” (Ibid). Em consonância com Nelson Graburn (1976), vemos aí uma situação de colonialismo interno. No caso do artesanato Pataxó, este teve que ser criado e constantemente foi sendo reconfigurado segundo diretrizes que visavam o consumo externo², do qual ficaram os indígenas economicamente dependentes e sem autonomia. Em contrapartida, o artesanato indígena em tal contexto de conformação sociocultural tem importante função não só ao manter a identidade dos membros de um grupo, mas também de fortalecer sua etnicidade independentemente se, no processo de renovação das tradições, ocorre empréstimo de traços culturais ou mesmo a criação de novos visando a interação comercial com turistas. Esse é exatamente o contexto do surgimento do turismo étnico entre povos indígenas de todo o mundo, tal como notado por Graburn (1976). Segundo MacCannell (1992), além disso, essa forma de colonialismo interno a partir do moderno turismo de massa impulsiona um “tipo de etnicidade-para-turismo no qual culturas exóticas figuram como atrações chave” (MacCannell, 1992: 158) e onde o indígena esforça-se “para ‘fazer-se-nativo-para-turistas’” (Ibid: 159).

Há ainda que se levar em consideração, contudo, que não apenas uma identidade pode estar em construção numa ampla arena turística, tal como a que aqui analisamos. De fato, no litoral do Extremo Sul da Bahia, mais do que uma identidade indígena o que o Estado e os empresários do ramo turístico promovem é uma *baianidade* (Grunewald, 2001), ou seja, uma identidade baiana onde as características culturais do *baiano* são incrementadas como tradicionais e positivas. Essa *baianidade*, como afirmamos, “se estende desde a questão racial da *morenidade*”, e segue pela oferta de comidas e ritmos musicais que são gerados periodicamente como símbolos representativos da Bahia e que rapidamente se transformam em moda em todo o país e até no exterior” (Grunewald, 2002a: 10).

Na região em foco, só muito recentemente os indígenas Pataxó começaram a ser promovidos pelos setores turísticos públicos e privados, embora tal promoção ainda esteja muito aquém da empregada com relação à natureza local com suas praias e pessoas sensuais, belos retiros para descanso e outros locais para badaladas noites, além dos prédios coloniais e dos elementos culturais *baianos*. É justamente essa assimetria que estabelece uma “Cultura Branca dominante” (MacCannell, 1992) e sua contrapartida estrutural com a formação de grupos étnicos. De fato, se o turismo enquanto colonialismo - ou *fluxo colonial* (Grunewald, 2002a) - quer domar a atividade produtiva indígena, integrando os índios a um domínio imposto pela ordem capitalista global (inclusive em termos culturais), em contrapartida a partir das culturas colocadas em posições subalternas emergem etnicidade. Segundo Bhabha (2001), é nesse contexto que se deve pensar a emergência de discursos sobre a diferença cultural como estratégia de sobrevivência em termos de uma postura pós-colonial que força “um reconhecimento das fronteiras culturais e políticas mais complexas que existem no vértice de esferas políticas frequentemente opostas” (Grunewald, 2002a: 2). Por fim, é contra o colonialismo interno (ou imperialismo) que emerge, assim, a etnicidade Pataxó com a forma retórica de *índios do descobrimento*.

3. A Terra Indígena de Coroa Vermelha

Os Pataxó contam atualmente com uma população de mais de 11.000 indivíduos distribuídos em vinte e cinco aldeias espalhadas por cinco Terras Indígenas ao longo da costa sul do estado da Bahia. A Terra Indígena de Coroa Vermelha conta com uma população de mais 3.500 indivíduos.

Ao longo de sua história de contato interétnico com segmentos da sociedade brasileira, os Pataxó alteraram em muito seus modos de vida e seus costumes. Já no início da década de 1970, entretanto, “quando um *marketing* do Descobrimento do Brasil é destacado na região, os Pataxó passaram a ser chamados para fazer representações de sua cultura (danças, mais especificamente) em contextos escolares, inaugurações municipais e outros atos políticos (o que faziam em troca de uma feira)” (Grünewald, 2002a: 10-11). Soma-se a isso o fato do início da confecção de artesanato para comercialização num contexto turístico que se anunciava. Tais atividades os fizeram se concentrar em sua cultura específica de modo que, conseqüentemente, iniciaram um processo de revitalização e produção de itens de cultura gerados em termos de tradição. Está “claro que o elemento mais rapidamente desenvolvido foi o artesanato, em função do retorno financeiro imediato que proporcionava. Mas os turistas compradores das peças artesanais demandavam que os índios apresentassem uma língua própria, além de nomes indígenas e uma história ligada ao Descobrimento do Brasil – afinal, ocupavam o local do encontro inicial entre os nativos e o colonizador europeu” (Ibid: 11). Por fim, outros itens de cultura indígena (bem como aspectos de sua vida cotidiana) passaram a ser também objeto de interesse dos turistas, como danças e músicas, xamanismo e medicina tradicional, moradia e alimentação etc.

Foi assim que o local do Descobrimento do Brasil em Coroa Vermelha começou a ser ocupado por indígenas em novembro de 1972, quando uma família de índios que moravam fora dos limites de Barra Velha mudou-se para esta localidade, a qual, “já no ano seguinte, receberia várias outras famílias oriundas de Barra Velha que foram tentar a vida ali vendendo ou trocando artesanato com os poucos *hippies* que acampavam nas praias” (Ibid). Em 1974, “o marco do Descobrimento foi inaugurado com a instalação inclusive de grande cruz de madeira representando a Primeira Missa celebrada no Brasil. A partir daí o turismo começou a se desenvolver na região; no início de forma bastante tímida, mas, a partir do início dos anos 1980, de maneira avassaladora” (Ibid), dando início ao fluxo do turismo de massa para visitação a Porto Seguro com vistas a “um turismo histórico (local do Descobrimento do Brasil e da Primeira Missa celebrada em solo brasileiro, além das importantes instalações coloniais com sua arquitetura restaurada), recreativo (belas praias) e cultural (chamariz da cultura baiana, com sua culinária, danças, músicas ou ritmos)” (Ibid).

Desde o início, Coroa Vermelha sempre se caracterizou como um local urbano e comercial de visitação ao marco do Descobrimento e à cruz da Primeira Missa. Os índios sempre se mantiveram ali e, se inicialmente sofria forte variação sazonal, com sua demografia alterada entre o inverno e verão, com o tempo sua população fixa foi gradativamente aumentando com a chegada de parentes que ali estabeleciam residência para viver, em sua maioria, da produção e comercialização de artesanato para turistas. Conseqüentemente, essa população Pataxó precisou aumentar seu território especialmente visando a agricultura e o extrativismo vegetal para obtenção de matéria-prima própria ao artesanato. Assim, ocuparam inicialmente uma faixa de floresta próxima à praia, que desmataram vendendo parte da madeira para madeireiras e parte utilizando para o artesanato (bem como as sementes de muitas árvores) e a tornaram, por fim, uma área destinada à agricultura. Posteriormente, em 1997, os Pataxó ocuparam outra parcela de mata ameaçada por tratores da empresa proprietária, o que colocava em risco recursos (como a piaçava, sementes e outros produtos florestais) que costumavam extrair em suas amplas perambulações por todas aquelas matas da região. Esta segunda parcela de floresta ocupada deveria ser então preservada com vistas a um turismo sustentável aliado, portanto, à preservação ambiental e renovação de seus recursos naturais.

Em abril de 1998, por fim, a Terra Indígena de Coroa Vermelha foi demarcada em duas glebas: uma área de praia incluindo o sítio do Descobrimento, as residências e o comércio indígena; e outra abarcando as duas florestas ocupadas, sendo uma destinada à agricultura e outra à preservação ambiental e “ecoturismo”. Nesta segunda mata – e com o objetivo explicitado de “vivenciar e demonstrar a beleza da nossa cultura e preservar o meio ambiente” -, os índios criaram a Associação Pataxó de Ecoturismo (ASPECTUR) e inauguraram a Reserva Ecológica da Jaqueira no ano de 1999 para visitação turística, como também de estudantes e pesquisadores (com acompanhamento de guias Pataxó daquela associação).

4. O Sítio do Descobrimento: imperialismo e ações contra-hegemônicas

Em 1974, o Capitão de Marinha Raimundo dos Santos Coelho foi designado para assumir o comando da região sul da Bahia, que compreendia toda a área do Descobrimento. Em Coroa Vermelha ele encontrou uns poucos índios que ali haviam iniciado habitação e, ao invés de cumprir sua obrigação de retirar quaisquer ocupações na faixa de praia ao longo daquela orla, ele preferiu - em função de “um ideal” de ver aquele “ambiente do Descobrimento” com “mata, cruz e índios”, tal como emoldurado na sua lembrança do tempo de escola – permitir a fixação indígena na área onde haviam iniciado a construção de barraquinhas de comércio de artesanato independente de intermediários e sem apoio de nenhum empresário que, hipoteticamente, poderia ter se interessado em investir na promoção do artesanato indígena como atrativo turístico. Muito pelo contrário, houve ali um desenvolvimento imobiliário desordenado que, embora combatido pelo Capitão Raimundo, provocou uma descaracterização do que deveria ser um “ambiente histórico”. Só em 1979, “considerando que os indígenas já estavam em número adequado em Coroa Vermelha para *ornamentar o local do Descobrimento com a presença do índio*”, o Capitão Raimundo enviou um documento à FUNAI solicitando a regularização daqueles índios, o que, entre diversos encaminhamentos, teria acabado acarretando o início de um processo de regularização através de contatos do Ministério do Interior com o Serviço do Patrimônio da União (SPU).

Mas, estabelecidos em Coroa Vermelha, passando por dificuldades de sobrevivência e diante de um incerto respaldo governamental para sua permanência ali, os Pataxó precisavam se afirmar definitivamente como legítimos ocupantes do sítio histórico do Descobrimento do Brasil. Dessa forma, vale refletir um pouco o contexto social caracterizador da exposição pública dos Pataxó no local histórico do encontro inaugural entre portugueses e indígenas. Segundo Sampaio (1996):

“Assim, se revivem e se atualizam, cotidianamente, na Coroa Vermelha, os sentidos polares seminais da nação e, significativamente, se os faz ‘sob o signo da cruz’ — como bem está posto na placa à base da própria, que ali também está a consubstanciar, monumentalmente, em concreto, os valores mais caros ao impulso conquistador e colonial que é, no plano do ideário dominante, fundador da própria nação. Mas que consubstancia também, para o polo indígena, o signo maior da sua transfiguração mas também da sua indelével permanência, ‘povo testemunho’ (Ribeiro, 1977) que é dos 500 anos de história da nação ali ‘inaugurada’ e na qual segue buscando — inclusive pela sua emblemática presença junto à cruz monumental — o seu ‘lugar’ na memória — ali cotidianamente evocada — e, sobretudo, no território” (Sampaio, 1996: s/n).

Assim, Coroa Vermelha emerge como uma arena privilegiada para a representação “deste ‘encontro’, concebido no imaginário social brasileiro — e, sem dúvida, também no dos Pataxó —, como um momento emblemático da constituição da própria nacionalidade” (*Ibid.*).

O problema que gostaria de justapor aqui é que os Pataxó parecem celebrar em Coroa Vermelha antes de tudo sua anterioridade à nação brasileira. Todos os seus discursos confluem para isso: afirmar que quando Cabral chegou eles já ocupavam, se não diretamente (caso de discursos que apontam para sua descendência também dos Tupi), mas também periodicamente (caso de discursos de serem índios das matas que afluam sempre para aquele pedaço da costa), aquela porção do litoral. De qualquer forma, destaca-se invariavelmente um discurso sobre o momento histórico da chegada de Cabral como uma “invasão”. Por fim, em termos práticos, o que parece que estava em jogo desde a década de 1970, quando índios Pataxó procuraram se estabelecer em Coroa Vermelha, era a tentativa de legitimar sua presença ali como quem retorna ao lugar de origem remota.

Uma vez um assessor da secretária de turismo de Santa Cruz Cabralia disse que “o Pataxó não é, mas representa o índio descoberto por Cabral”. Essa é uma visão ainda positiva quanto ao estabelecimento dos Pataxó em Coroa Vermelha, pois a grande maioria dos cidadãos de Santa Cruz Cabralia ou Porto Seguro os considera simplesmente como *outsiders*. Lembrando trabalho de Elias e Scotson (1994), os Pataxó em Coroa Vermelha são antes *established* porque chegaram antes dos “brancos” nesta localidade. O que eles querem impor é a visão de que eram *established* também com relação a Cabral ou à própria nação brasileira. Foi essa a retórica Pataxó para justificar sua ocupação de Coroa Vermelha. Mas e a grande cruz, esse bem do patrimônio cultural⁷ ali implantado para consagrar a nacionalidade?

Sampaio (1996) foi muito feliz no título “Sob o Signo da Cruz”, pois, conforme Handler (1984), “as culturas e os traços culturais que são imaginados como continuamente existentes (do mesmo modo que as coisas existem continuamente na natureza) não são naturais, mas semióticos e como tais são continuamente recriados no presente” (Handler, 1984: 62). Também, “objetificação” é seletiva e a construção de uma narrativa ou imagem de uma cultura envolve necessariamente a seleção de alguns

elementos à expensas de outros e, além disso, a construção de uma “cultura objetificada” envolve uma nova contextualização dos elementos selecionados, que “por serem selecionados fora de uma série de elementos em um contexto diferente, torna-se algo diferente do que era. Em outras palavras, os objetos de uma nova interpretação — vistos sob uma nova luz, transpostos para novos contextos — tornam-se algo novo, embora, mais uma vez, possam ser representados como contíguos com um passado cultural autêntico” (*ibid.*).

Assim, com relação à cruz, pode-se dizer que ela não é a da Primeira Missa e nem tampouco a Primeira Missa teve cruz (só a segunda, próxima à foz do rio Mutari), mas, na descontinuidade, representa a continuidade a contar do início da nossa história enquanto brasileiros. Também, os Pataxó não são os tais, mas estão ali marcando uma continuidade com os nativos que receberam Cabral e representando, assim, os *índios do descobrimento* — e talvez por isso eles não evoquem em seu discurso a personalidade do Capitão Raimundo como um agente fundamental para a fundação de Coroa Vermelha.

No que se refere a uma política de memória pública (Norkunas, 1993), outro ponto a destacar é que a cruz, que se torna atrativo turístico, está envolvida numa reconfiguração de realidade. Se no caso do turismo a cruz, como passado reconstruído e realidade reconfigurada, visa o *outsider*, por outro lado serve assim também para convencer os *insiders (established)* que essa é a história, a realidade deles. Segundo Norkunas, “a classe dominante controla cuidadosamente a forma e o conteúdo das recriações históricas e paisagens turísticas, se legitimando ao proteger seus próprios valores socioculturais contemporâneos sobre o passado” (Norkunas, 1993: 97). E, num tal contexto, a realidade indígena fundar-se-ia, segundo Valaskakis (1993), “na experiência caleidoscópica de estar inscrito como subalterno na história de outros e como sujeitos na sua própria herança”. Para os índios, essas são disposições construídas sobre imaginários sociais contraditórios...” (Valaskakis, 1993: 158).

O problema aqui recai diretamente sobre questões que tangem uma dualidade sobre memória e identidade. Se para Boyarin (1994) “memória coletiva” e “identidade coletiva” são antes os efeitos de práticas intersubjetivas de significação, nem dadas nem fixadas, mas constantemente recriadas dentro do quadro de regras de discurso marginalmente contestáveis (...)” (Boyarin, 1994: 23), isso fica claro quando se depara com a emergência da Coroa Vermelha indígena, na medida em que memória e identidade são acionadas conjuntamente quando os Pataxó buscam uma autenticidade legitimadora de sua ocupação da área. Se uma memória — mesmo que fictícia — dos “troncos” (passada através das gerações) é evocada como legitimadora da sua identidade contínua como povo desde a época do Descobrimento, é essa conjunção que vai configurar uma história de uma tradição Pataxó que passará a fazer parte da cognição principalmente das novas gerações que se iniciam a partir da ocupação de Coroa Vermelha. Cognição esta que, depois de estruturada (certeza de grande parte dos índios de que eles são, de fato, os *índios do descobrimento*), passa a ser a pedra de toque para uma justificativa do seu reconhecimento como população étnica com direitos de acesso àquela terra e com status de “povo testemunho” (Ribeiro, 1975). A luta política, inclusive, que se estabelece a partir da década de 1970 já era pelo reconhecimento de sua autenticidade como *índios do descobrimento*.

Assim, uma disputa ideológica quanto à questão fundiária de Coroa Vermelha¹⁰ se acompanha de outra: uma disputa arquetípica que penderia para uma unificação no imaginário de uma Coroa Vermelha indígena e brasileira simultânea e igualmente — até como modo de reformular o passado colonial. Mas talvez o único ponto mesmo em comum foi o fato de que ali deveria se constituir como lugar turístico. Se a presença indígena sempre foi aceita para “ornamentar” o lugar, isso só se concebia através da venda de artesanato “tradicional” e nunca residencialmente.

Foi assim, portanto, que durante as três últimas décadas do século XX, especuladores imobiliários ou empresários do ramo turístico procediam administrativamente de forma a desqualificar a indianidade Pataxó na tentativa de conseguir a gerência de Coroa Vermelha. A população da região em geral, em consonância com as afirmações dos políticos locais, reconhecia os Pataxó como um empecilho a um proveitoso melhoramento da área do Descobrimento. Inclusive a mídia também nunca foi de promover os Pataxó e incentivar a exibição de sua cultura como se estes tivessem sofrido tamanha aculturação que não restasse nada mais de interesse para o desenvolvimento turístico da região. A mídia promovia sim a cultura e um modo de ser baianos — uma *baianidade* construída em torno de uma cultura regional com fortes origens africanas — expressa na culinária, musicalidade e outros itens culturais que bem se vendem aos turistas. Contra essa *baianidade hegemônica*, era importante para os Pataxó o trabalho de resgate cultural a fim de demarcar nitidamente suas fronteiras étnicas e se mostrar um grupo atraente no mercado.

Assim, além de se apresentarem como os índios do descobrimento, os Pataxó tiveram também que recriar suas tradições diante do turismo em Coroa Vermelha. Se o trabalho com o artesanato abriu o

caminho para a interação social e comercial com turistas, um processo de criação de tradições para promover a etnicidade Pataxó continuou. No início da prática do artesanato, os nativos não usavam nomes indígenas e nem tinham uma língua Pataxó. Com a comercialização do artesanato, muitos turistas perguntavam sobre seus nomes e eram surpreendidos ao ouvir nomes cristãos em português. Os índios ficaram repentinamente cientes da relevância de portar *nomes indígenas* e começaram a usá-los como estratégia de marketing, principalmente nas barracas de venda de artesanato. Mas os turistas também queriam ouvir sua língua. Como eles falavam apenas o português, eles decidiram começar a usar palavras alegadamente Pataxó para impressionar os turistas nos pontos de venda de artesanato. Isso levou muitos índios a criarem palavras, sempre empregadas na estrutura gramatical da língua portuguesa. Por fim, os turistas também perguntavam sobre música e danças e os Pataxó passaram a criar tradições nessa direção também.

Contudo, esse movimento em torno de um incremento da cultura indígena não se deu sem problemas intra e interétnicos. Um dos mais importantes aspectos é que os turistas que se deslocavam para Coroa Vermelha queriam visitar o Sítio do Descobrimento do Brasil e ter ainda algum lazer nas barracas de praia. Eles geralmente não chegavam ali cientes da presença indígena no local. Os Pataxó exibiam seu artesanato em barracas simples no centro da aldeia como parte de um conjunto de setenta e três barracas que, juntas, formavam dois círculos. Muitas dessas barracas foram vendidas ou arrendadas para comerciantes “brancos”, que comercializavam todo tipo de coisas aos turistas. Assim, o centro de artesanato oferecia uma mistura de diferentes tipos de mercadorias, variando do indígena e do regional para camisetas, sandálias, redes etc. também vendidas por Pataxó e não-índios, muito frequentemente indistintamente. Além disso, o comércio em Coroa Vermelha incluía várias barracas de praia, onde comida e bebida eram vendidas à beira da praia e por muitos ambulantes, índios e não-índios. Nessa aldeia não havia *performance* de música ou danças aos turistas, que frequentemente tinham dificuldade de reconhecer/legitimar os Pataxó por conta da percepção de que eles eram muito “civilizados” e careciam de “tradições autênticas”. Inclusive, os turistas chegavam nas barracas de venda de artesanato e se deparavam com nomes indígenas diferentes para as mesmas coisas, justificativas diferentes quanto ao seu idioma originário ou mesmo sua pertença étnica de origem. Talvez as crianças Pataxó criadas em Coroa Vermelha eram as mais unânimes quanto ao fato de eles serem Pataxó e terem encontrado Cabral quando este chegou ao Brasil. Afinal, cresceram ouvindo seus pais elaborando esse discurso sob o marco do Descobrimento do Brasil. Mas entre os adultos sempre houve muita discordância e acusações de que uns e outros denegriam a imagem Pataxó ao apresentar itens de cultura que não seriam apropriados para a indianidade deles. Um discurso sobre sua autenticidade era extremamente requerido naquele momento histórico quando lutavam pela demarcação de sua terra tão disputada com os especuladores e para, enfim, receber ali, no local do primeiro encontro com o europeu, todas as etnias do país nas comemorações dos 500 anos de Brasil que se aproximava. Dessa forma, era importante também se mostrar “índios autênticos” aos visitantes indígenas de outras etnias, quando eles mesmos não sabiam exatamente que critérios os definia em sua autenticidade em termos relacionais, isto é, diacriticamente. Ou seja, não era pertinente se continuar com cada mágico fazendo a sua mágica individual, tirando da cartola o item cultural que achasse conveniente, pois o encantamento diacrítico devia ser coletivo para marcar a etnicidade do grupo indígena.

Mas de fato, para o ano de 2000 houve uma reurbanização (efetuada pelo governo brasileiro) de Coroa Vermelha para os festejos dos 500 anos de Brasil. Foram construídos um museu indígena, uma área de comércio, e uma nova cruz em granito – o que gerou conflito na área porque os índios reconheciam a antiga cruz de madeira como símbolo de sua ocupação daquela terra e de sua história e, depois de confrontos com a polícia, conseguiram fincar a antiga cruz arrancada do seu lugar de origem a poucos metros dali. De modo que hoje, em Coroa Vermelha, se pode observar a cruz de granito, que é o monumento oficial brasileiro, bem do patrimônio histórico nacional do marco do Descobrimento e da Primeira Missa celebrada no Brasil; e, de outro lado, a velha cruz de madeira que representa para os índios sua territorialidade, que compõe agora apenas o patrimônio histórico indígena - e é, em matéria, sua memória da ocupação colonial e da resistência indígena em Coroa Vermelha.

Ainda, embora tendo sido também o centro de moradias e de venda de artesanato Pataxó remodelados, poucos meses depois da citada comemoração, os Pataxó já estavam novamente vendendo material diversificado (não apenas indígena) e arrendando pontos de comércio. Com efeito, a ausência de projetos de sustentabilidade para os Pataxó na região depois da reurbanização da área só poderia acarretar um movimento de competição desregulada na mesma. De fato, os problemas se repetem e outros mais resultaram da reurbanização da área, que não contribuiu para um turismo étnico nem trouxe sustentabilidade para os Pataxó, que competem no mercado de artesanato com o “branco”. O

Sítio do Descobrimento é uma Terra Indígena Pataxó. Contudo – e apesar da etnicidade -, lá eles são forçados a permanecer sob o sistema capitalista.

A reurbanização de Coroa Vermelha contribuiu, assim, não para uma sustentabilidade indígena e para uma recolocação do discurso Pataxó, mas, muito pelo contrário, para continuar gerindo um espaço eurocêntrico onde até o museu ali instalado apresenta uma imagem de índios como que frigorificados na história, e os aculturados pataxós se acotovelam entre si e dispõem espaços para venda de artesanato fora e dentro do *shopping* indígena, continuando sua subalternidade à cruz, a Cabral, aos baianos, aos brasileiros.

Claro, entretanto, que houve mudanças significativas na qualificação indígena para responder ao discurso imperialista em seu território e sob o marco do Descobrimento. Um exemplo é quanto aos guias turísticos que ali apresentam aos visitantes a história do lugar. Antes da reurbanização de Coroa Vermelha havia apenas guias de grandes empresas que atendem ao turismo de massa e que, em geral, explicavam aos turistas que os Pataxó eram descendentes de índios de outras regiões, que haviam se misturado com os baianos no processo de evolução e se mudaram para lá, que era terra originalmente dos Tupi. Contra esse discurso predominante, alguns pataxós criavam versões variadas para o episódio do Descobrimento, as quais estavam sempre prontas a serem contadas para os turistas, que as escutavam com um sorriso embaraçado. Atualmente, depois da demarcação da Terra Indígena e da reurbanização da área, não apenas os guias das grandes empresas apresentam discursos mais simpáticos aos indígenas, como há ainda uma forte presença de guias Pataxó que se organizaram para o receptivo aos turistas e que, durante a visita, ressaltam através de um discurso pós-colonial, tanto o sofrimento que passaram com o colonialismo, quanto a importância indígena na história do Brasil e na constituição daquele território.

Foi assim também que a participação indígena mudou com relação a projetos artístico-culturais provenientes do exterior da área indígena. Por exemplo, antes da reurbanização de Coroa Vermelha uma ONG de Santa Cruz Cabralia¹¹ todos os anos promovia a encenação, no dia 26 de abril, do Auto do Descobrimento e onde os índios eram meras peças de algo estabelecido de fora com objetivo comemorativo do encontro inicial que funda o colonialismo português no Brasil e que não fazia parte de um projeto turístico com destaque indígena por parte da administração do evento e muito menos na concepção indígena. Apesar da participação indígena, vários pataxós criticavam essa *performance* imperialista e descontinuaram sua participação nela - embora ela tenha continuado a ser desempenhada após a reurbanização da área indígena e com participação de alguns índios Pataxó.

Recentemente, para marcar ainda mais a indianidade do lugar, foi criado um conjunto de monumentos indígenas, cujas feições das estátuas que representam a vida indígena anterior à colonização foram baseadas nos rostos de índios famosos dessa Coroa Vermelha que cresceu com o turismo. Depois da defesa da antiga cruz de madeira, esse novo patrimônio marca a resistência e a afirmação indígena ali, entre o comércio variado de peças artesanais e outras - étnicas ou não, locais, regionais ou globalizadas.

A especialização discursiva indígena atual decorre, enfim, de importantes ações do setor da educação indígena, bem como das iniciativas de resgates culturais promovidos por setores indígenas ligados à preservação e recriação de seu patrimônio histórico e cultural. Se ainda predomina uma modalidade imperialista de turismo em Coroa Vermelha, tais agências tem erigido um importante conjunto de representações e valores culturais próprios aos Pataxó.

5. A Reserva da Jaqueira: pós-colonialismo

Retomando a década precedente aos festejos dos 500 anos de Brasil, ainda nos anos 1990 os Pataxó figuravam como atração casual no turismo ao Sítio do Descobrimento. Contudo, como vimos, eles ocuparam duas porções de florestas próximas à área da Praia e, numa delas, os índios fundaram a Reserva Ecológica da Jaqueira em 1999. Ao contrário do que aconteceu na Coroa Vermelha urbana, apenas na Jaqueira, longe de uma indianidade imposta e liderados por três irmãs que estavam a frente do trabalho de resgate cultural em Coroa Vermelha, alguns pataxós, enfim, criaram um programa de ecoturismo.

Na Jaqueira, o visitante entra a pé por um portão com instruções sobre a visita, depois passa pelo rio sagrado e caminha por uma estreita trilha na mata até o centro da Reserva, onde estão as cabanas turísticas. Há também cabanas de moradia e outra usada para rituais sagrados em lugar mais reservado. A visita começa com uma palestra sobre a Jaqueira e a história Pataxó (quando também lembram aos visitantes serem eles os Índios do Descobrimento). As outras atrações consistem de: museu indígena (quadros e artefatos), cabana de artesanato (que vendem produtos indígenas de Coroa Vermelha pelo

dobro do preço). Durante caminhada em outra trilha na mata os guias (principalmente as crianças) por vezes costumam ridicularizar os portugueses (da época colonial) em termos de sua ingenuidade quanto ao meio ambiente, ressaltando, assim, a sabedoria indígena sua e adequação àquele nicho. Nessa caminhada, os turistas escutam objetivamente palestras sobre árvores, replantio, plantas medicinais, armadilhas de caça. Há um campo para jogos intertribais, como futebol, corrida de toras e luta corporal. Há uma escola para o ensino da nova língua (Pataxohã). Há uma cabana em exposição para mostrar como era uma típica moradia indígena na floresta. Os visitantes vão ainda para outra cabana para provar peixe e chá tradicionais. Por fim, há a cabana de rituais onde eles podem compartilhar alegremente das danças indígenas.

Para a construção disto, alguns indígenas estudaram livros antigos do período colonial, onde havia desenhos dos antigos pataxós e suas moradias. Com base nesses desenhos foram recriados não só a cabana de palha, mas também outros padrões estéticos empregados pelos Pataxó atualmente em suas *performances* na Reserva da Jaqueira. Mas, além disso, houve um importante trabalho de busca entre índios idosos - e que ainda guardavam certa sabedoria - de informações sobre artefatos como as armadilhas de caça, entre outros. Durante a visita turística é esse discurso que se remete à busca, entre os mais velhos, por tradições há muito esquecidas o que aparece. Finalmente, ao término do passeio, eles mostram aos turistas o símbolo da Jaqueira: um tronco caído no solo de uma jaqueira aparentemente morta, do qual novas jaqueiras cresceram representando a revitalização indígena depois da colonização.

Mais que algo meramente comercial, devemos perceber o caráter educativo que tais recriações históricas e culturais exercem entre os próprios Pataxó e para os visitantes que ali podem repensar os conhecimentos anteriormente adquiridos sobre *indianidade* ou a história da colonização. Tais recriações aparecem como *performances* do patrimônio nas quais sentidos do passado são muitas vezes negociados com a audiência turística, a qual não deve ser vista como meramente passiva, mas também atuante na negociação da memória e da identidade ali em exposição – desde que proveitosa para a agência pós-colonial e contra-hegemônica dos Pataxó. Nesses encontros interculturais proporcionados pelo turismo na Jaqueira, vazios narrativos acabam por ser preenchidos a partir das experiências de vida e das propulsões imaginativas desses atores que recontextualizam seu patrimônio histórico e cultural – como pensamos em concordância com Raposo (2010).

Além disso, eu diria que os Pataxó tiveram sucesso com o projeto da Jaqueira porque a família extensa que o sustenta (além de outros índios que profissionalmente ali se engajaram) a considera também uma terra sagrada (aquilo que ironicamente o Capitão Raimundo esperava para o Sítio do Descobrimento) de cuja floresta eles retiram energia para seu revigoramento espiritual. Ali surgiu uma nova espiritualidade que os coloca mais próximos à natureza que, por seu turno, é vista como um sujeito dotado de poderes e responsável por sustentar o grupo a longo prazo. Essa *re-ligação* indígena com a natureza foi muito bem recebida pelos turistas que passaram a colaborar também, a partir de suas experiências acumuladas, para novos sentidos ali estabelecidos e os quais tornaram o enredo da visita ainda mais adequado às demandas do ecoturista (em seu amplo sentido), que, em geral, deixa o lugar após o passeio muito satisfeito com a encenação ambientalista-indígena ali observada.

Assim, se a perspectiva indígena histórica Pataxó nunca foi considerada pela sociedade brasileira em Coroa Vermelha, na Jaqueira, longe da ingerência empresarial ou governamental *branca*, os Pataxó conseguiram fazer desmanchar no ar o sólido discurso que os cerca, e construíram uma arena onde a maioria dos visitantes, os interessados no passeio de visita a uma arena histórico-cultural-ambiental indígena, não mais acionam uma arrogância cultural ao negar o posicionamento discursivo Pataxó, mas assumem ou uma postura de cumplicidade cultural enquanto *pós-turistas* (Feifer, 1985; Urry, 1990) que querem se divertir com o passeio indígena ou que se confraternizam com um discurso contra-hegemônico acerca da colonização e da história e cultura indígena, ou ainda os que são acometidos por forte encantamento pelo que foi construído na Reserva. Contra uma carência de autenticidade enfatizada pelo Poder Branco, destaca-se aí duas formas de autenticidade (Grünewald, 2009b) que, fluidas, se atualizam, via cumplicidade ou via encantamento, nesses encontros interculturais na Jaqueira.

Por fim, vejo a dinâmica turística realizada na Jaqueira não como a apresentação de um simulacro, pois sua autenticidade cultural se processa no próprio âmbito criativo da renovação das tradições, da memória e da identidade – do patrimônio histórico e cultural indígena, enfim. Ainda, o desenvolvimento turístico sustentável ali realizado se baseia justamente na criatividade, quando o patrimônio cultural indígena é renovado, revigorado e sua identidade fortalecida de forma a configurar um nítido quadro de *etnodesenvolvimento* (Stavenhagen, 1984; Souza Lima & Barroso-Hoffman, 2002; Grünewald, 2004) face ao fenômeno específico do turismo. A Jaqueira é agora a arena dos Pataxó de Coroa Vermelha onde novas tradições construídas através de intenso trabalho de “resgate da cultura” indígena estão sendo exibidas

para turistas através de um projeto de ecoturismo (ou etnoturismo), o qual se compõe por um sistema de ideias e ações para orientar o desenvolvimento sustentável de parcela da comunidade indígena. E, quinze anos depois de criada a Jaqueira, nos salta à vista seu sucesso devido ao desenvolvimento, ali, de uma ética de sustentabilidade com relação à natureza e à cultura Pataxó.

O vigor do trabalho de turismo étnico realizado na Jaqueira é tão expressivo que notamos também sua recente difusão para outras cinco aldeias Pataxó. De fato, a Jaqueira recebeu índios de outras aldeias que ali aprenderam a gerir o turismo naqueles moldes. Essas cinco novas arenas turísticas Pataxó replicam o modelo da Jaqueira em tudo o que podem: aprendizado de uma língua em construção, nomes indígenas, danças e música, pintura corporal, adornos, explicações sobre meio ambiente, história e cultura indígena. Há inclusive um projeto de interligar todas essas arenas num roteiro (pacote) turístico da cultura Pataxó.

Todas essas *arenas turísticas* (Grünewald, 2003) baseadas no modelo da Jaqueira estão conduzindo o turismo gerido pelos próprios Pataxó através de um padrão específico. Se desde o início do contato com turistas os Pataxó precisavam exibir uma cultura distintiva para se mostrar como índios no cenário brasileiro, encontraram na produção artesanal um meio de “ênfatisar o conteúdo distintivo de sua cultura para turistas” (Sjöberg, 1993: 187) — o que se tornou processo central na reconstrução consciente de suas identidades.

Com os desenvolvimentos recentes no turismo Pataxó — e para além da comercialização de artesanato —, a exibição de elementos culturais para turistas está se tornando cada vez mais especializada. O turismo étnico tem se desenvolvido em arenas específicas, onde os Pataxó se apresentam como “os primeiros brasileiros” ou os “Índios do Descobrimento” (Grünewald, 2001; 2002b; 2010). O movimento de recriar e exibir tradições que satisfaçam o imaginário do turista sobre *indianidade* tem levado os Pataxó a uma especialização profissional — e cada vez mais eles têm procurado manter as atividades turísticas longe de sua intimidade¹² e mais direcionadas às arenas sociais onde eles desempenham e encenam uma *indianidade feita-para-turista* própria ao turismo étnico (Grünewald, 2012). Indianidade essa que se torna, assim, uma mercadoria.

Um padrão parece, dessa forma, se fixar entre esses indígenas e o qual chamamos de *modelo palco*. Ao substituir o foco sobre a autenticidade para a encenação da indianidade, isso significa se debruçar mais sobre *agência* e menos sobre *ideia*. Ao destacar esse padrão de encenação da indianidade, salientamos que esse *modelo palco* encontrado na arena turística da Jaqueira e que tem se difundido para outras aldeias é o único de sucesso e o que prevalece em termos da promoção do turismo étnico gerenciado pelos próprios índios. Esse modelo, devemos ressaltar, não é um construto abstrato do pesquisador para fins analíticos, mas uma forma de desenvolvimento turístico configurada na prática pelos próprios atores sociais e observada empiricamente. Enfim, tal modelo está se difundindo e se fixando como um padrão performático (e altamente criativo) do turismo étnico Pataxó em arenas preparadas especificamente para tal atividade profissional.

Entre os Pataxó, com a maturidade de quarenta anos de turismo e com a profissionalização das “reservas¹³”, cada vez mais se tem a consciência de que a encenação da cultura aos turistas é um “trabalho” e que sua identidade étnica se constrói prioritariamente em outras arenas (espaços sociais onde o fio condutor das interações sociais não é o turístico), tais como o setor da educação (escolas indígenas) ou da política (políticas públicas, lutas territoriais etc). Inclusive, a cultura exibida aos turistas não é, muitas vezes, considerada como Pataxó, mas simplesmente *indígena*¹⁴, que é o que o turista quer ver genericamente. Nem por isso, entretanto, deixam os Pataxó de produzir um conhecimento sobre sua realidade; muito pelo contrário, o fazem intencionalmente e educativamente através das próprias modalidades performáticas criativas.

6. Considerações Finais

As interações sociais encontradas em situações coloniais de contato interétnico sempre foram turbulentas onde quer que tenham existido, pois é própria ao colonialismo a imposição de interesses externos sobre um território tradicionalmente ocupado por uma população local, autóctone. Assim também, no âmbito do turismo, centros metropolitanos buscam assumir certo controle sobre a natureza do turismo e seu desenvolvimento em regiões alheias. Trata-se da ocupação de territórios distantes para exploração do lazer por parte das pessoas situadas nos centros metropolitanos. Essa forma moderna de imperialismo buscou colonizar as populações locais, impondo novos ritmos de trabalho, novas necessidades e novos nexos sociais e econômicos. Nash (1989; 1996) refletiu muito bem o turismo enquanto uma nova forma

de imperialismo ou colonialismo, alertando ainda que os nativos, por seu turno, também podem ser elementos ativos na criação de recursos turísticos, uma vez que o desenvolvimento do turismo depende de alguma cooperação local.

Atualmente, se a ideia de *turismo indígena* implica no gerenciamento pelos próprios nativos de pelo menos parte dos produtos e serviços disponibilizados aos visitantes, muitas vezes aí se encontra implícita a ideia de mercantilização: ou seja, quando uma sociedade indígena dispõe comercialmente elementos de sua cultura (ou natureza) para visitação turística – e isso fica ainda mais expressivo quando se nota que atualmente a etnicidade está se tornando cada vez mais mercantilizada. De fato, em época pós-colonial, grupos étnicos buscam empoderamento ao construir uma marca exclusiva de si (Comaroff, 2009). Penso, entretanto, que, mesmo de forma comercial, o turismo pode atuar também na direção de uma descolonização ao projetar os discursos nativos a turistas globais que os visitam, os escutam e muitas vezes endossam seus anseios de autodeterminação.

Note-se ainda que, na sua relação com o patrim nio cultural, um dos elementos fundamentais do turismo cultural é o consumo de lugares que, ao atra m turistas pelo seu valor histórico, artístico ou recreacional, passam a ser mercantiliz veis para visitação turística. Nesta perspectiva, o patrim nio se apresenta como forma de produção cultural, como um meio através do qual algumas localidades se convertem em destinos turísticos (Kirshenblatt-Gimblett, 2001). Se em certos casos o turismo coopera na conservação de elementos distinguíveis de cultura, em outros o turismo ajuda na invenção de novas práticas culturais, rapidamente convertidas em *tradição* para uma melhor comercialização enquanto produtos turísticos (Pérez, 2009).

Segundo Graburn (2010),

“o patrim nio tem com a cultura uma relação inversa ao conceito de *habitus* de Bourdieu (1977); o primeiro é escolhido de forma consciente, valorizado explicitamente, e   público, enquanto o último se aprende de forma inconsciente, se comparte implicitamente e se incorpora individualmente (Graburn 2000a). O patrim nio consiste em aspectos materiais, naturais e intangíveis da cultura que são sentidos como permanentes e transmissíveis (Lowenthal 1985 e 1996), um conceito aliado ao igualmente carregado termo *tradição*. O ‘patrim nio’ requer, da mesma forma que as artes turísticas e a etnicidade, uma seleção de traços peculiares para serem resguardados e exibidos, fomentando a competição entre grupos etnonacionais em sociedades plurais e entre grupos de status e classes em sociedades estratificadas. O patrim nio então é um destes elementos da cultura que são escolhidos e mercantilizados enquanto produtos para a muito competitiva ‘indústria’ turística (Nadel-Klein 2003; Tunbridge e Ashworth 1996)” (Graburn, 2010:27-28).

Além disso, vale ainda mencionar algo sobre a importância da memória com relação ao patrim nio e aos lugares explorados turisticamente. Se Boyarin (1994) já destacou que a memória, enquanto discurso sobre o passado, é mobilizada politicamente, cabe acrescentar que, na medida em que ela é também capaz de agregar valor ao produto turístico, pode assim carregar uma dimensão mercantil (como se observa em situações diversas de turistificação de tradições ou patrim nio cultural e natural).

Chronis (2005) definiu *storystapes* como “ambientes comerciais onde narrativas são negociadas, moldadas e transformadas através da interação entre produtores e consumidores” (Chronis, 2005: 389). Trata-se de lugares que atraem as pessoas por suas histórias – reais, fictícias ou m ticas. Nesses lugares, os significados (sobre a história, a cultura, a tradição, o patrim nio enfim) emergem da interação entre comerciantes (nativos e outros interessados na empresa daquela localidade) e turistas. O aspecto performático   aí também notável, incluindo ainda a presenç a de intermediários e consumidores do passado histórico que se envolvem na formatação do texto narrativo dentro de uma perspectiva de co-construção cultural (Ibid).

Devemos lembrar que, como história é “invariavelmente subjetiva” (Lowenthal, 1985: 216), ela está sempre aberta a negociações entre os turistas e os *performers* locais. Ambos incorporam, através de suas *exper ncias*, cultura, tradição e passado, que vão constituir – para além de um mero processo cognitivo (Chronis, 2005: 395) a base significativa da história ou do patrim nio do lugar. Por fim, ao tematizar o caráter construído dos imaginários turísticos, Chronis (2012) enfatiza o importante papel desses enquanto reforço de ideologias competitivas. Tais imaginários, como narrativas construídas, teriam a capacidade de criar lugares que se destacam enquanto ficcionais. Já as exper ncias sensitivas experimentadas pelos corpos físicos dos visitantes (e *performers* em geral) seriam muito mais reais e constitutivas do entendimento de um lugar turístico e do que ali se encena.

No caso Pataxó em Coroa Vermelha, entre o imaginário patriótico que se constrói sobre aquela localidade turística e, em contrapartida, o imaginário igualmente construído acerca da violenta

colonização que ali se sobrepôs aos nativos, fica para o turismo, em termos de sua ocorrência concreta, as experiências vivenciadas naquele lugar pelos atores em interação social e em observação aos itens materiais ali presentes e que são as que realmente ficam inscritas nas pessoas. Mais que o conteúdo discursivo sobre os temas explorados no Sítio do Descobrimento ou na Reserva da Jaqueira, as *performances* locais, principalmente as indígenas, são as que têm possibilitado as experiências que preenchem de significados os motes ressaltados nos encontros interculturais estabelecidos nas atividades turísticas em foco.

Por fim, na referida Terra Indígena, duas arenas foram destacadas ao longo deste artigo: sob o marco do Descobrimento do Brasil, no setor urbano e estritamente comercial de Coroa Vermelha, notamos um conflito permanente entre os dois imaginários citados em meio a uma formação turística colonialista promovida a partir do exterior da área indígena e que tem apoio comercial, mas que enfrenta resistência ideológica por parte dos nativos. Na Reserva da Jaqueira, por sua vez, os Pataxó tem a gerência do *turismo indígena* e conseguem afirmar suas tradições e história performaticamente - mesmo que através de acordos semióticos cínicos com os turistas.

Bibliografia

- Aspelin, Paul L.
1977 "Anthropological analysis of tourism: indirect tourism and political economy in the case of the Mamainde of Mato Grosso, Brazil". *Annals of Tourism Research*, 4 (3): 135-160.
- Bhabha, Homi K.
2001 *O Local da Cultura*. Belo Horizonte: Editora da UFMG.
- Boyarin, Jonathan
1994 *Remapping Memory. The Politics of TimeSpace*. Minneapolis: The University of Minnesota Press.
- Bunten, Alexis C y Garburn, Nelson
2009 "Guest Editorial: current themes in indigenous tourism". En: *London Journal of Tourism, Sport and Creative Industries*, 2 (1): 2-11.
- Comaroff, Jonh L & Jean
2009 *Ethnicity, Inc*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Chronis, Athinodoros. 2005 *Coconstructing heritage at the Gettysburg storyscape*. En: *Annals of Tourism Research*, 32 (2): 386-406.
- Chronis, Athinodoros
2012 *Between place and story: Gettysburg as tourism imaginary*. En: *Annals of Tourism Research*, 39 (4): 1797-1816.
- Elias, Norbert y Scotson, John L.
1994 *The Established and the Outsiders*. London: Sage Publications.
- Feifer, Maxine
1985 *Going Places: The Ways of the Tourist from Imperial Rome to the Present Day*. London: Macmillan
- Gonçalves, José Reginaldo
1988 "Autenticidade, Memória e Ideologias Nacionais: o problema dos patrimônios culturais". En: *Estudos Históricos* 1 (2): 264-275.
- Graburn, Nelson
1976 "Introduction: the Arts of the Fourth World". En: Graburn, Nelson (Ed.), *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World*. Berkeley (pp. 1-32). University of California Press:.
- Graburn, Nelson
2010 "Antropologia ou Antropologias do Turismo?". En: Graburn, Nelson et al. (Orgs.), *Turismo e Antropologia: novas abordagens* (pp. 13-52). Campinas: Papiurus.
- Grünewald, Rodrigo de A.
2001 *Os índios do descobrimento: tradição e turismo*. Rio de Janeiro: Contra Capa.
- Grünewald, Rodrigo de A.
2002a. "Os Pataxó e os fluxos coloniais". En: *Encontro Anual da ANPOCS*, 26. Caxambu: comunicação oral (texto digitalizado).
- Grünewald, Rodrigo de A.
2002b. "Tourism and Cultural Revival". En: *Annals of Tourism Research*, 29 (4): 1004-1021.
- Grünewald, Rodrigo de A.
2003 "Turismo e Etnicidade". En: *Horizontes Antropológicos* 20: 141-159.

- Grunewald, Rodrigo de A.
2004 "Etnodesenvolvimento indígena no nordeste (e leste): aspectos gerais e específicos". En: *Anthropológicas*, 14: 47-71.
- Grunewald, Rodrigo de A.
2006 "Pataxó Tourism Art and Cultural Authenticity". En: Smith, Melanie y Robinson, Mike (Eds.), *Cultural Tourism in a Changing World: (Re)presentation, Participation and Politics* (pp. 203-214). Clevedon: Channel View.
- Grunewald, Rodrigo de A.
2009a "Indigenism, tourism and cultural revival among the Pataxó People in Brazil". En: *London Journal of Tourism, Sport and Creative Industries*, 2: 21-27.
- Grunewald, Rodrigo de A.
2009b "The Contingency of Authenticity: Intercultural Experiences in Indigenous Villages of Eastern and Northeastern Brazil". In: *Vibrant*, 6 (2): 52-80.
- Grunewald, Rodrigo de A.
2010 "Os Pataxós e a construção social dos Índios do Descobrimento". In: Reis, Daniel .A. et. al. (Orgs.), *Tradições e modernidades* (pp. 77-91). Rio e Janeiro: Editora FGV.
- Grunewald, Rodrigo de A.
2012 "Staged indigeneity and the Pataxó". En: Lohmann, Ghi. y Dredge, Dianne. (Eds.), *Tourism in Brazil: environment, management and segments* (pp. 158-172). London: Routledge.
- Handler, Richard
1984 "On Sociocultural Discontinuity: Nationalism and Cultural Objectification in Quebec". En: *Current Anthropology*, 25 (1): 55-71.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara
2001 "La cultura de les destinacions: teoritzar el patrimoni". En: *Revista de Etnologia de Catalunya*, 14.
- Hinch, Tom y Butler, Richard
1996 "Indigenous tourism: a common ground for discussion". In: Butler, Richard y Hinch, Tom (Eds.), *Tourism and indigenous peoples* (pp. 3-19). London: International Thomson Press.
- Lowenthal, David
1985 *The Past is a Foreign Country*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MacCannell, Dean
1992 "Reconstructed ethnicity: tourism and cultural identity in Third World communities". En: MacCannell, Dean, *Empty Meeting Grounds* (pp. 158-171). London: Routledge.
- Nash, Dennison
1989 "Tourism as a form of imperialism". In: Smith, Valene (Ed.), *Hosts and guests. The anthropology of tourism* (pp. 37-52). Philadelphia: University of Pennsylvania Press, (second edition).
- Nash, Dennison
1996 *Anthropology of tourism*. Kidlington: Pergamon.
- Norkunas, Martha K.
1993 *The Politics of Public Memory. Tourism, History, and Ethnicity in Monterey, California*. Albany: State University of New York Press (SUNY).
- Pérez, Xerardo P.
2009 *Turismo Cultural. Uma visão antropológica*. Tenerife: ACA/PASOS.
- Raposo, Paulo
2010 "Diálogos Antropológicos: da teatralidade à performance". En: Ferreira, Francirosy. C. B. y Müller, Regina. P. (Orgs.), *Performance: arte e antropologia* (pp. 19-49). São Paulo: Hucitec.
- Ribeiro, Darcy
1975 *Configurações Histórico-Culturais dos Povos Americanos*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Rocha Júnior, Omar
1987 "Yes, nós também temos índios". En: *Cadernos do CEAS*, 111. Salvador: 38-48.
- Sampaio, José Augusto L.
1996 *Relatório Circunstanciado de Identificação e Delimitação da Terra Indígena Coroa Vermelha GT PORT. 860/PRES/FUNAI/95*. Brasília.
- Sjöberg, Katarina
1993 *The Return of the Ainu: Cultural Mobilization and the Practice of Ethnicity in Japan*. Harwood Academic Publishers.

Souza Lima, Antonio Carlos de y Barroso-Hoffman, Maria

2002 “Questões para uma Política Indigenista: Etnodesenvolvimento e Políticas Públicas: Uma Apresentação”. En: Souza Lima, Antonio Carlos de y Barroso-Hoffman, Maria (Orgs.), Etnodesenvolvimento e políticas públicas: bases para uma nova política indigenista (pp. 7-28). Rio de Janeiro: Contra Capa. Stavenhagen, Rodolfo

1984 “Etnodesenvolvimento: uma Dimensão Ignorada no Pensamento Desenvolvimentista”. En: Anuário Antropológico, 84. Rio de Janeiro / Brasília: Tempo Brasileiro / UnB: 11-44.

Urry, John

1989 *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage Publications.

Valaskakis, Gail G.

1993 “Postcards of my Past: The Indian as Artefact”. En: Blundell, Valda et. al. (Eds.), *Relocating Cultural Studies. Developments in Theory and Research* (pp. 155-170). London: Routledge.

Notas

- ¹ O Monte Pascoal é uma importante referência aos brasileiros, pois foi a primeira porção de terra avistada pela frota de Cabral por ocasião do Descobrimento do Brasil.
- ² Para maior aprofundamento na história do artesanato comercial Pataxó, ver Grünewald (2006).
- ³ Uso esse termo em função da auto-atribuição nativa de ser *moreno* como algo positivo.
- ⁴ Para um detalhamento do caso, ver Grünewald (2001).
- ⁵ São comuns extensas narrativas (contadas como que vivenciadas pelos ancestrais) de como os índios avistaram as naus de Cabral, seus posicionamentos na praia, o contato inicial etc. Uns contam que chegou apenas um barco com o práctico, o padre e o Cabral e narram também como foi a viagem destes três, outros acrescentam que as naus de Cabral foram avistadas por um índio que estava em cima de um pé de arará, outro lembra que os índios se encantaram com os colonizadores por conta dos panos vermelhos que trouxeram e que lhes tiraram as forças e assim muitas outras narrativas.
- ⁶ Os Pataxó se referem às pessoas que não são indígenas (independentemente da raça) como “brancos”.
- ⁷ Gonçalves (1988) interpreta os patrimônios culturais “como coleções de objetos móveis e imóveis, através dos quais é definida a identidade de pessoas e de coletividades como a nação, o grupo étnico etc.” (Gonçalves, 1988:266).
- ⁸ Título da versão definitiva do Relatório Circunstanciado de Identificação e Delimitação da Terra Indígenas da Coroa Vermelha (Sampaio, 1996).
- ⁹ Herança aqui é usada em substituição a patrimônio, mas com o mesmo sentido amplo.
- ¹⁰ Para uma análise de todo o processo jurídico-administrativo da constituição de Coroa Vermelha (e regularização fundiária), ver Sampaio (1996) e Grünewald (2001).
- ¹¹ A Associação Cultural Arte e Ecologia (ASCAE) de Santa Cruz Cabralia, inventora do Projeto Auto do Descobrimento e que encenava os dez dias de Cabral no Brasil ao ar livre em Coroa Vermelha todo dia 26 de abril desde 1980 e com certa participação indígena.
- ¹² Na Jaqueira e nas outras arenas que seguem tal padrão, as moradias dos índios ficam distantes do lugar das *performances* e os índios não gostam (e ficam sem jeito) quando os visitantes se aproximam dos seus lugares mais reservados.
- ¹³ *Reservas* é como alguns Pataxó chamam às arenas turísticas que seguiram o modelo da Jaqueira.
- ¹⁴ Ou, “de índio”.

Recibido: 20/05/2014

Reenviado: 08/12/2014

Aceptado: 19/12/2014

Sometido a evaluación por pares anónimos

O estudo dos sistemas turísticos e a antropologia. Madeira: um estudo de caso

Filipa Fernandes*

Universidade de Lisboa (Portugal)

Resumo: Este artigo visa o estudo dos sistemas turísticos e o papel activo da antropologia na construção de uma abordagem e leitura críticas. Centrar-se-á num estudo de caso insular (a ilha da Madeira) alicerçado numa etnografia do sector turístico regional, em particular do lado da oferta, e com a tónica na observação nos promotores/produtores de serviços relacionados com o produto 'passeios a pé nas levadas'.

Palavras-chave: Antropologia, turismo, sistema turístico, oferta, ilha da Madeira, Portugal, passeios a pé

Study of tourism systems and anthropology. Madeira: a case study

Abstract: This article aims to study the tourism systems and the active role of anthropology in building a critical approach. It will focus on a case study developed in Madeira Island (Portugal) grounded in a ethnography of regional tourism sector, in particular, on the supply side, focused on the observation in the promoters/producers of services related to the product "levadas."

Keywords: Anthropology, tourism, tourism system, supply of tourism, Madeira Island, Portugal, walking/trekking

1. Introdução

Sendo complexos, dinâmicos e flexíveis, os sistemas turísticos são pautados por um jogo entre o networking de actores diversos pertencentes tanto ao sector público como ao sector privado.

Na ilha da Madeira a oferta do turismo desenvolve-se por intermédio da combinação de políticas, planos e acções visando a promoção dos vários produtos existentes no mercado, operadas por estruturas diversificadas. A oferta reparte-se, por um lado, pelo sector público, que envolve as estruturas governamentais regionais e as autarquias locais. E, por outro, pelo sector privado, que envolve as empresas de animação turística, as unidades hoteleiras, e os intermediários (agências de viagens e turismo).

Perfilhando as leituras de Mathieson e Wall (1982), Santana (1997) e Hall (2008), este artigo pretende examinar as conexões existentes entre os vários actores do sistema turístico regional, apresentando para tal um estudo etnográfico do sector turístico regional, em particular do lado da oferta, focando a observação nos promotores/produtores de serviços relacionados com o produto 'passeios a pé nas levadas' e na sua oferta. Evidenciar-se-ão as técnicas utilizadas bem como alguns resultados obtidos, os quais servirão para realçar o papel crítico e activo da antropologia para o entendimento a 'antropologização' do turismo.

* Doutorada em Turismo pela Universidade de Évora. Professora Auxiliar no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa; E-mail: filipafernandes1@gmail.com

2. O estudo dos sistemas turísticos e a antropologia

Como é que a antropologia poderá estudar um sistema turístico? Quais os contributos para esta análise? O interesse da antropologia pelo turismo não é novo. De entre os vários aspectos abordados contam-se o estudo dos elementos primários do turismo, ou seja, aqueles sobre os quais têm incidido o conjunto dos trabalhos desenvolvidos. Temos então a procura de viagens (o conjunto dos factores económicos, políticos, sociais e culturais proporcionadores das viagens); os intermediários do turismo (fornecedores de viagens: hotéis, transportes, agentes de viagens); e as influências do destino (ligações históricas, acessibilidade, estabilidade política e económica), as quais conduzem a um conjunto de impactos e relações diversificadas (Burns 1999).

A multidisciplinaridade caracterizadora dos trabalhos efectivados acerca do turismo, da actividades turística e dos seus múltiplos actores, permite uma leitura sob a lente antropológica através da qual, para além da metodologia que a caracteriza – pesquisa etnográfica, dará contributos acerca “das relações recíprocas inerentes a cada grupo e das diferentes estratégias de decisão dos actores” (Santana, 1997:16). Acresce a isto o facto de o turismo ser um campo social que inclui muitas interações, que vão mais além do binário ‘hosts’ e ‘guests’. No interior da zona de contacto turística encontram-se para além de vários grupos de turistas, guias locais, trabalhadores dos restaurantes, hotéis, lojas, e outros serviços, vendedores ambulantes, representantes de ONG, investigadores, os residentes com ligação directa ou indirecta à indústria turística, e ainda, outras partes interessadas como os poderes locais/regionais, agências de viagens, etc. (Leite e Graburn, 2009:47-48).

O conceito de indústria turística reúne um conjunto de redes sectoriais interligadas, que permitem oferecer serviços pelos produtores/promotores, os quais incluem: os transportes, os hotéis e outras formas de alojamento turístico e as atracções e facilidades destinadas a atrair turistas. A venda destes serviços assume diferentes formas: directamente ao consumidor, por intermédio de agentes de viagens ou operadores turísticos (Holloway 1994).

A articulação dos destinos e produtos implica o seu posicionamento dentro de um sistema que reúne os actores envolvidos nestes processos de gestão (os seus papéis e competências), de marketing dos recursos e produtos locais, e ainda, nas estratégias promocionais e acções. Neste sentido, o sistema pode ser compreendido como “um grupo de actores ligados por relações mútuas com regras específicas, onde a acção de cada actor influencia a dos restantes, para que os objectivos comuns sejam definidos e alcançados de forma coordenada” (Manente e Minghetti 2006:230). Este sistema abrange actores pertencentes ao sector público e ao sector privado, os quais assumem diferentes responsabilidades, papéis e competências perante o destino. Se um qualquer produto do destino concerta bens e serviços produzidos pelo mercado, juntamente com os recursos endógenos locais, então o sector público tem aqui uma importância essencial na preservação destes bens e atracções, já que estes são vitais para as actividades turísticas. Portanto, o sector público é, na sua actuação, um agente de desenvolvimento, criador de condições para ultrapassar obstáculos à cooperação e networking. O sector privado, por seu turno, contribui para a preservação do destino e seu desenvolvimento, ou seja, é um agente de mercado, que combina a procura e a oferta e a produção dos produtos turísticos (Manente e Minghetti 2006).

O sistema turístico pode ser retratado como um “modelo conceptual de um processo formado por um conjunto de elementos ordenados segundo as suas funções, localização espacial, interligados racionalmente por princípios e regras de mercado, que mantêm por seu turno, relações de intercâmbio com outros sistemas de diferente categoria” (Santana 1997:53). Neste sentido afigurar-se-á um sistema turístico que é interdependente, aberto, flexível e dinâmico, adaptável às condições do meio (físico, sociocultural e económico) (Santana 1997). Este conceito aplica-se à interdependência de elementos que no seu conjunto compõem os destinos turísticos (Laws 1995).

3. Metodologia

Adoptando a visão recente dos estudos sobre o turismo (Ateljevic *et al* 2007, Franklin 2007, Hollinshead 2004, Phillimore e Goodson 2004a, Tribe 2004), direccionada para uma multiplicidade

de técnicas de pesquisa e de abordagens teórico-conceptuais, neste artigo utiliza-se uma combinação de metodologias (metodologia qualitativa e a metodologia quantitativa) permitindo deste modo uma visão mais profunda dos factos. A conjugação de diferentes técnicas de pesquisa (Phillimore e Goodson 2004b) patente neste texto é reveladora da interdisciplinaridade que compõe os estudos do turismo. A pesquisa empírica compreendeu, por um lado, a metodologia qualitativa, destacando-se as técnicas da observação participante e as entrevistas semi-estruturadas, ou seja, as técnicas comumente usadas na pesquisa qualitativa. Ambas mostraram-se úteis para a análise do sistema turístico regional, na compreensão do funcionamento enquadrado na mercantilização e consumo do produto turístico em apreço. No total foram realizadas 25 entrevistas semi-estruturadas, distribuídas por vários actores sociais situados na esfera do sector público e privado, inclusos no sistema turístico madeirense. E, por outro, a pesquisa quantitativa, materializada na aplicação de um questionário, o qual serviu para apurar as opiniões dos agentes hoteleiros madeirenses sobre a sua percepção do turismo em relação às levadas/passeios a pé. Assim sendo, o questionário foi aplicado entre Agosto e Novembro de 2009 às unidades hoteleiras regionais, tentando abarcar o máximo de tipologias existentes. A base de amostragem constituiu-se por 254 hotéis presentes na listagem fornecida pela Direcção Regional de Turismo (DRT). Os resultados finais apuraram 117 questionários válidos. Os dados foram posteriormente tratados em SPSS e serão apresentados em frequências simples.

4. Estudo de caso

“Tourism is a composite phenomenon which incorporates the diversity of variables and relationships to be found in the tourist travel process”

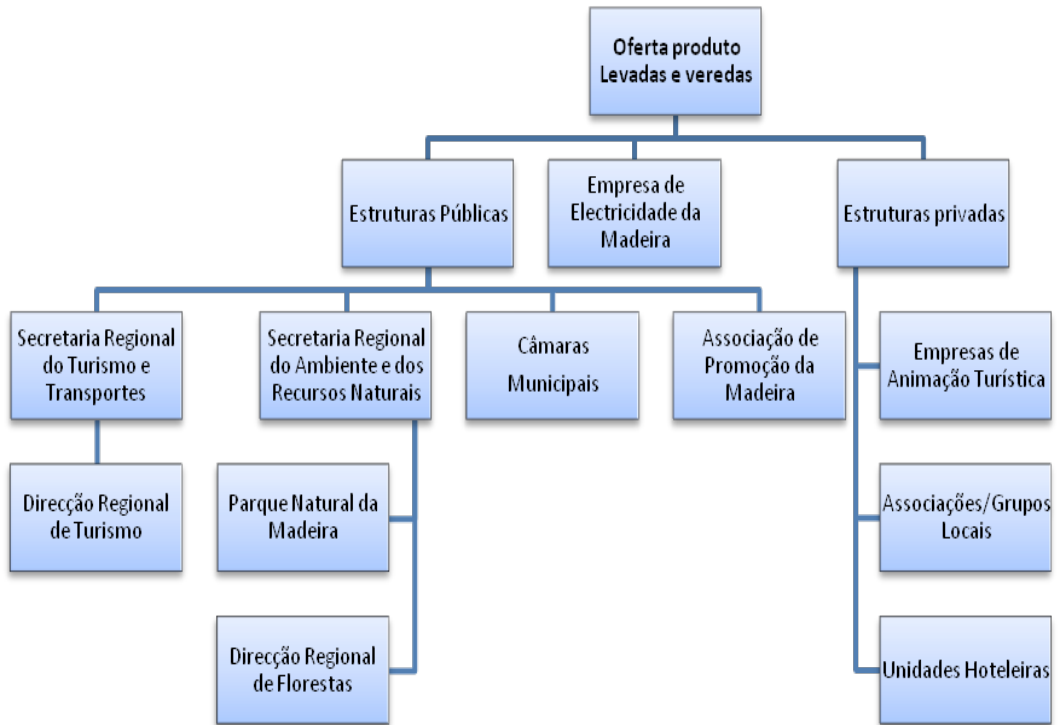
Mathieson e Wall (1982:14).

O turismo é a maior indústria à escala mundial e, naturalmente é crítico para o crescimento das zonas periféricas, rurais, alpinas e insulares, com dificuldades no desenvolvimento de indústrias alternativas. Neste sentido, a análise do turismo de uma qualquer região terá de observar as tendências do lado da oferta e da procura (Costa e Buhalis 2006a), visando avaliar o quadro conceptual inerente. Assim sendo, procurarei mostrar uma visão etnográfica do sector turístico regional, em particular do lado da oferta, tal como foi mencionado anteriormente, pondo a tónica na observação nos promotores/produtores de serviços relacionados com o produto ‘levada e vereda’ e na oferta deste produto.

As levadas e as veredas da Ilha da Madeira são de acordo com o Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira (POT), um produto emergente e, como tal, os turistas consumidores deste produto não fazem parte do tradicional turismo de massas; ao invés, posicionam-se em novos segmentos de turismo como o turismo de natureza, o ecoturismo, e até mesmo, o turismo de aventura tendo a natureza como atracção turística.

4.1. Estruturas envolvidas no turismo na Região Autónoma da Madeira (RAM)

Na RAM, a oferta do turismo desenvolve-se por intermédio da combinação de políticas, planos e acções visando a promoção dos vários produtos existentes no mercado, operadas por estruturas diversificadas. No caso em análise, a oferta desdobra-se, por um lado, pelo sector público, que envolve as estruturas governamentais regionais, desde a Secretaria Regional do Turismo e Transportes (SRTT), a Secretaria Regional do Ambiente e dos Recursos Naturais (SRARN) e as autarquias locais. E, por outro, pelo sector privado, que envolve as empresas de animação turística, as unidades hoteleiras, e os intermediários (agências de viagens e turismo), como revela a figura seguinte. Para o presente artigo analisar-se-ão apenas as unidades hoteleiras e as empresas de animação turística e a sua oferta concernente ao produto turístico em análise.

Figura 1 - Estruturas envolvidas na organização do produto 'levadas e veredas'/passeios a pé

Fonte: Fernandes (2013)

4.1.1. As unidades hoteleiras

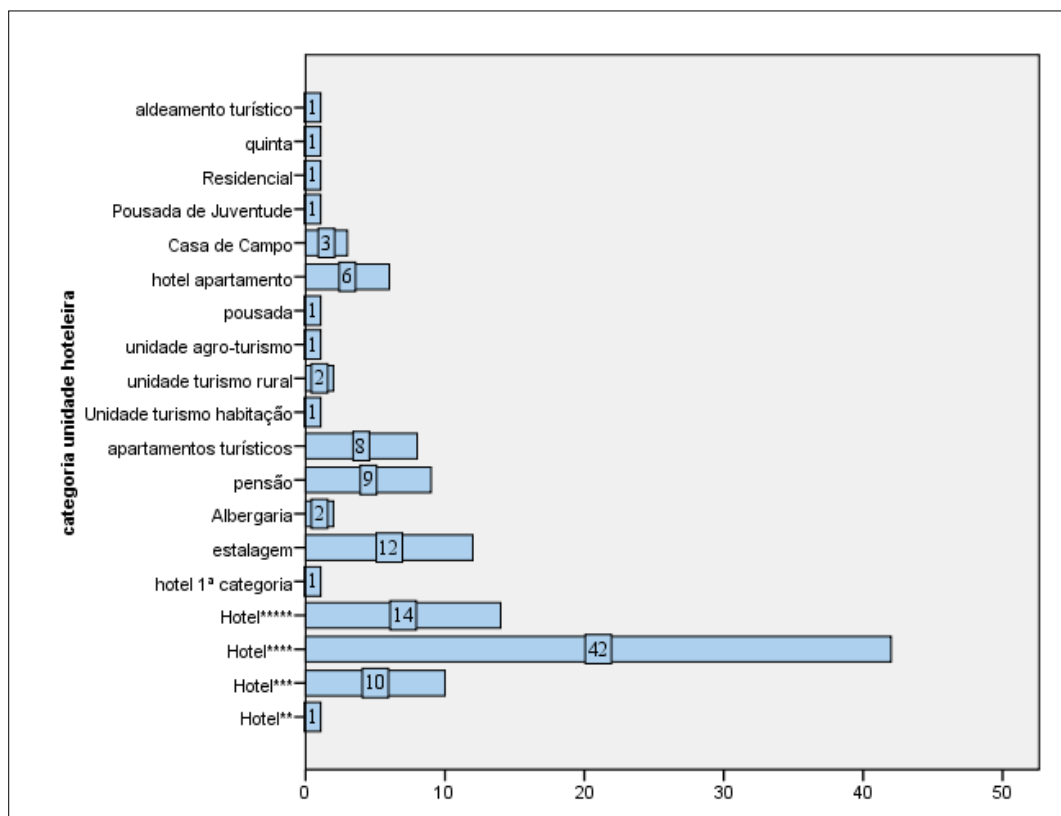
As unidades hoteleiras regionais fazem parte da indústria turística local, sendo igualmente produtoras de serviços, nomeadamente as actividades desportivas e de animação, entre outras.

Na figura 02 estão retratadas as unidades hoteleiras distribuídas por categoria, contabilizadas no questionário. Grande parte das respostas (74,4%) é proveniente dos hotéis de 4 estrelas (42), hotéis de 5 estrelas (14), estalagens (12), hotéis de 3 estrelas (10), e pensões (9).

Concernente aos serviços de lazer prestados pelas unidades hoteleiras em análise, 73,5% hotéis possuem piscina, 58,1% tem spa/ginásio/sauna, 87,2% possui/disponibiliza o acesso à internet, e ainda, (25,6% possui facilidades externas, como por exemplo, excursões, rent-a-car, autocarro, etc. Mas, para além destes serviços de lazer disponíveis, há um conjunto de iniciativas ou actividades de animação patentes nas unidades hoteleiras, a saber, o entretenimento (17,1%), excursões (5,1%), jogos (2,6%), entre outros. Curiosamente, e ainda, a propósito das iniciativas ou actividades de lazer/animação organizados para o cliente, 10,3% hotéis situa as levadas/ passeios a pé entre estas actividades.

Sabendo que os passeios a pé constituem uma das actividades desenvolvidas por algumas unidades hoteleiras e surgindo a necessidade de saber algumas informações relativamente à sua organização, foi integrado no questionário um conjunto de questões acerca deste assunto. Assim sendo, e no que diz respeito à organização dos passeios a pé na Ilha da Madeira, apenas 24,8% unidades hoteleiras responderam afirmativamente. Destes, 9,4% são hotéis de 4 estrelas, 5,1% são de 5 estrelas, 2,6% são estalagens e, ainda, 2,6% pertencem à categoria hotel - apartamento. É de realçar ainda a este propósito que nenhum estabelecimento do Turismo em Espaço Rural contemplado nesta amostra organiza passeios a pé.

Figura 2 - Dstribuição das unidades hoteleiras regionais por categoria



Fonte: elaboração própria.

Relativamente à frequência dos passeios a pé nas levadas e nas veredas organizados pelas unidades hoteleiras regionais, verifica-se que 9,40% dos passeios ocorrem entre 1 a 3 vezes por semana, e 11,97% ocorre mais de 4 vezes semanais.

O contacto com a natureza (4,3%), a condição física/idade do cliente (2,6%), a proximidade (1,7%) e a curta duração dos mesmos (2,6%) estão entre os critérios mais indicados na escolha destes passeios.

Entre os percursos mais escolhidos quando organizados os passeios a pé nas levadas e veredas constam: Levada do Rabaçal e das 25 fontes (13,7%), Levada do Caldeirão Verde (7,7%), Vereda Pico Areeiro/Pico Ruivo (7,7%), Levada Ribeiro Frio/Portela (7,7%), a Vereda da Ponta de São Lourenço (4,3%), e a Levada Marços/Canical (2,6%).

Vimos acima que 24,8% das unidades hoteleiras afirmaram organizar passeios a pé nas levadas e veredas. Deste modo impera a necessidade de perceber como é que os mesmos são organizados. Os resultados do questionário revelam que na classificação dos passeios a pé, 53% dos respondentes afirmaram que esta é uma actividade efectuada de forma autónoma. Por outro lado, 75,2% responderam ainda que esta também é uma actividade efectuada num quadro de prestação de serviços/passeio organizado. Em suma, e como expresso na tabela seguinte, 32,5% dos inquiridos consideram estes passeios como sendo uma actividade efectuada de forma autónoma e ainda, uma actividade efectuada num quadro de prestação de serviços. Deste modo, evidenciam-se aqui um conjunto de relações entre diversos elementos do sistema turístico expressas nos valores obtidos os quais se materializam no quotidiano aquando da aquisição dos passeios a pé por parte dos turistas,

Tabela 1 - Classificação dos passeios a pé nas levadas e/ou veredas

		Actividade efectuada num quadro de prestação de serviços/ passeio organizado				Total
			NS/NR	Sim	Não	
Actividade efectuada de forma autónoma	NS/NR	N	5	0	0	5
		%	4,3%	0%	0%	4,3%
	Sim	N	2	38	22	62
		%	1,7%	32,5%	18,8%	53,0%
	Não	N	0	50	0	50
		%	0%	42,7%	0%	42,7%
Total		N	7	88	22	117
		%	6,0%	75,2%	18,8%	100,0%

Fonte: elaboração própria.

Ainda a propósito da organização dos passeios a pé, 77,8% dos inquiridos afirmaram que são as agências de viagens quem o realiza, enquanto 30,8% referiram que esta tarefa cabe exclusivamente às empresas de animação turística. De destacar ainda que 22,2% dos inquiridos afirmaram que a organização dos passeios a pé nas levadas e veredas é uma tarefa realizada quer pelas agências de viagens quer pelas empresas de animação turística.

Tabela 2 - Organização dos passeios a pé

			Empresas de animação turística			Total	
			NS/NR	Sim	Não		
Agências de viagens	NS/NR	N	13	0	0	13	
		%	11,1%	0%	0%	11,1%	
	Sim	N	1	26	64	91	
		%	0,9%	22,2%	54,7%	77,8%	
	Não	N	0	10	3	13	
		%	0%	8,5%	2,6%	11,1%	
Total			N	14	36	67	117
			%	12,0%	30,8%	57,3%	100,0%

Fonte: elaboração própria.

As brochuras/panfletos dos operadores turísticos, das agências de viagens e das empresas de animação turística constituem ferramentas de marketing de extrema importância, decisivas na compra, sendo ainda um dos principais meios de informação sobre o produto. Neste sentido, inquiriu-se acerca do tipo de informação disponível sobre os passeios nas levadas e veredas usada para captar os clientes das unidades hoteleiras. A tabela seguinte (nº03) revela que 85,5% dos inquiridos declararam utilizar as brochuras e panfletos, enquanto apenas 23,9% utilizam a internet. Apenas 18,8% utilizam publicações próprias.

Tabela 03 - Tipo de informação sobre as levadas e veredas utilizadas na captação de clientes

Tipo de informação utiliza para captar os clientes	%
Brochuras e panfletos	85,5%
Internet	23,9%
Publicações próprias	18,8%
Outros	20,5%

Fonte: elaboração própria.

4.1.2. As empresas de animação turística

Existe na Ilha da Madeira um conjunto de empresas de animação turística, especializadas na organização de actividades lúdicas, culturais, desportivas ou de lazer, em vários espaços, nomeadamente, em ambiente citadino, no mar, na serra e no ar, e ainda, no aluguer de equipamento apropriado para estas actividades. As actividades organizadas são diversas como por exemplo, os passeios a pé, BTT, mergulho, passeios de barco, canyoning, pesca desportiva, parasailing, surf, windsurf, observação de aves, etc. Neste conjunto foram assinaladas empresas versadas quase exclusivamente nos passeios a pé.

Do website de uma das empresas consultadas regista-se o seguinte:

“A Nature Meetings foi a primeira empresa na Madeira a proporcionar actividades de ‘passeios pela ilha’. Criámos experiências de caminhadas excepcionais para indivíduos bem como para grupos, de todos os graus de experiência. Somos uma empresa de ‘passeios em levada’ fundada em Junho de 2000” (<http://www.walkingmadeira.com/pt/node/383>, 16 de Junho de 2010).

A maioria das empresas apresenta duas opções diárias (passeios de meio-dia e de dia inteiro), representando assim uma oferta variada, adequada às necessidades dos turistas. Verifica-se igualmente alguma semelhança nos programas apresentados (ver tabela nº 4) havendo poucas diferenças entre as empresas contactadas.

Tabela 4 - Oferta dos percursos pedestres por empresa de animação turística¹

	2ªF	3ªF	4ªF	5ªF	6ªF	Sábado	Domingo
MBS	Ponta de São Lourenço	Rabaçal: 25 fontes	Em terras da Boaventura	Pico Areeiro	Caldeirão Verde	Lombo do Mouro/ Encumeada	Calvário/ Cabo Girão
ME	a)	1. Rabaçal 2. Prazeres/ Lombo dos marinheiros	1. Ribeiro Frio/Portela 2. Pico Areeiro/ Achada do Teixeira	1. Lagos 2. Rabaçal: 25 fontes 3. Cabo Girão/ Quinta Grande	1. Caldeirão Verde 2. Vales São Jorge	1. Pico Areeiro/ Achada do Teixeira 2. Ponta de São Lourenço 3. Boca Corrida/ Encumeada	Referta/ Castelejo
NM	1. Levada dos Maroços 2. Levada do Caniçal	1. Vale Paraíso 2. Rabaçal	Ribeiro Frio/Portela	1. Levada do Castelejo 2. Caldeirão Verde	Rabaçal: 25 fontes	1. Pico Areeiro/Pico Ruivo 2. Levada do Norte	Levada do Castelejo

	2ªF	3ªF	4ªF	5ªF	6ªF	Sábado	Domingo
Ad.K	Referta	Caldeirão verde	-	Pico Areeiro	Rabaçal: 25 fontes	Levada do Rei	-
TA	1. Camacha/ Santo 2. Levada Nova Ponta do Sol	1. Rabaçal: 25 fontes 2. Penha d'Águia	1. Ribeiro Frio / Portela 2. Pico Areeiro / Pico Ruivo	1. Caldeirão Verde 2. Palheiro Ferreiro / Monte	1. Pico Areeiro/Pico Ruivo 2. Parque Ecológico Funchal	1. Rabaçal: 25 fontes 2. Rabaças	1. Machico/Boca do Risco/Porto da Cruz 2. Ribeiro Frio/Portela
BN	b)						
KK	Ponta de São Lourenço	Ribeiro Frio / Portela	Caldeirão Verde	1. Pico do Areeiro / Achada do Teixeira 2. Rabaçal: 25 Fontes	Caldeirão Verde	-	-

Fonte: elaboração própria.

- Na época alta, realizam alguns passeios à segunda-feira apenas para alguns clientes ou consoante pedidos específicos. Integrei um deles ao Fonte do Bispo/Galhano/Ribeira da Janela.
- Efectuam programas específicos de meio-dia (Vereda da Ponta de São Lourenço, Vereda dos Balcões) e de dia inteiro (Achada do Teixeira/Pico Ruivo/Achada do Teixeira, Encumeada/Lombo Mouro/Folhadal/Encumeada) por marcação.

Relativo a esta matéria o responsável de uma das empresas referiu: “*Rabaçal, Pico do Areeiro, Ribeiro Frio e pouco mais. Nós lançamos aqui algumas dessas levadas, claro que os outros todos começaram a fazer o mesmo, inclusivamente até lhe posso dizer que nós começamos a fazer o Rabaçal ao sábado, e o que é que aconteceu? Começamos a ter muita gente, e começaram a aparecer outras empresas a quererem fazer o mesmo serviço que nós, a única forma de eles conseguirem fazer o mesmo serviço que nós era colocar ali no nosso dia, quando eles telefonavam para nós e nós tínhamos muita gente, mandavam para eles, então toda a gente manteve o sábado depois, mas fomos nós que começamos a fazer isto ao sábado. Portanto na nossa altura, a gente ia ao Rabaçal quando começamos havia umas 50 ou 100 pessoas, se for lá agora, estão umas 5000*” (TA, Funchal, 05 de Junho de 2009). Por outro lado, a oferta excessiva de alguns percursos como o Rabaçal conduz ao excesso de procura, ultrapassando a capacidade de carga do local. Por este motivo, uma das empresas aposta noutro dia da semana que não o habitual de forma a evitá-lo. Outra evidência é que a maioria dos percursos oferecidos são Percursos Recomendados (PR) pelo Governo Regional.

Os operadores turísticos têm de um papel distinto no sistema turístico. Compram elementos diferenciados ao nível do transporte, alojamento e outros serviços, combinando-os seguidamente num pacote que pode ser vendido directa ou indirectamente aos consumidores (Holloway 1994). Integrando a cadeia de distribuição dos serviços turísticos, vendem produtos para a indústria turística (Page 2009). No caso em análise, o produto passeios a pé nas levadas e veredas é vendido por um conjunto de operadores turísticos nacionais e internacionais. As agências de viagens assistem o cliente na aquisição dos programas de passeios a pé na região, principalmente organizados pelas empresas de animação turística.

Registando esta informação, e sabendo que a oferta em torno deste produto não se esgotava nas empresas anteriormente indicadas, procuraram-se mais informações com o propósito de se perceber quais as agências de viagens e operadores turísticos que vendiam as levadas e veredas. Averiguou-se a existência de ‘programas’ semelhantes aos oferecidos por algumas empresas de animação turística. A fundamentação reside no facto de algumas empresas de animação turística venderem os seus programas através de intermediários, como sejam os operadores e as agências de viagem, conforme descrito no depoimento seguinte: “*nós vendemos maioritariamente através de intermediários, digamos que 90% das vendas que nós fazemos, são feitas através de intermediários, portanto, agentes de viagens ou operadores turísticos, com quem nós trabalhamos. [Os] hotéis também, portarias [Recepções], mas maioritariamente*

operadores turísticos. Hotéis também trabalhamos, claro. Nós trabalhamos com toda a gente, mas o grosso do negócio é de operadores turísticos, e isto tem que ser programado com muita antecedência” (TA, Funchal, 05 de Junho de 2009).

Para completar a análise em curso efectivou-se uma análise na internet com o objectivo de aferir a existência de pacotes turísticos/experiências que tivessem como objecto de interesse os passeios nas levadas. Os resultados revelam alguma variedade de experiências/pacotes turísticos disponíveis no mercado regional, nacional, internacional. Em primeiro lugar verifica-se uma repetição dos percursos ‘mais turísticos’ pela maioria dos OT/AV. Outro aspecto a realçar compreende os pacotes turísticos de 5 a 8 dias, os quais incluem um conjunto de percursos pedestres, alguns dos quais fora do circuito regional dos percursos recomendados. Esta oferta tem sido criticada no seio do sistema turístico por alguns actores associados a empresas de animação turística, pelo facto de os programas serem organizados exteriormente com recurso a guias de montanha estrangeiros, que por vezes desconhecem o estado actual do terreno, causando algum descontentamento, e realçando-se o problema relativo à segurança. Noutros casos, os programas são organizados no país de origem mas com recurso a guias de montanha locais.

O conceito de ‘walking holidays’ está presente nalguns pacotes turísticos como por exemplo, os apresentados por Sherpa Walking Holidays, Rotas do Vento, Exodus, Intertours, Adventure Company, Headwater, High Point Holidays e EuroHike. Uma análise aos itinerários revela que apenas o EuroHike contempla um percurso pedestre na costa sudoeste da Madeira, os restantes limitam os percursos pedestres à zona centro-este da ilha. Uma vez mais e à semelhança do que acontece relativamente à oferta de experiências nas levadas pelas empresas de animação turística, os percursos pedestres repetem-se. A maioria concentra-se dentro do circuito regional de percursos recomendados.

5. Reflexões finais

O sistema turístico regional foi etnografado permitindo, deste modo, analisar a oferta turística. Foram examinadas as estruturas envolvidas no turismo na RAM, em concreto o sector privado.

Desde finais da década de 2000 que os passeios a pé nas levadas/veredas têm vindo a constituir-se como um produto, o que veio reforçar a atractividade do destino. Exemplo disso é o número de empresas que incluem nos seus programas a venda do produto bem como o aumento do número de percursos recomendados oficiais. Acresce a isto o facto de grande parte das unidades hoteleiras regionais recorrerem a estes serviços para complementar a oferta existente, evidenciando-se deste modo as redes de relações existentes no sistema turístico regional. No lado da procura regista-se um aumento do número de consumidores deste produto (Fernandes, 2013).

A obtenção dos resultados permite reforçar o papel crítico e activo da antropologia para o entendimento a ‘antropologização’ do turismo. A pesquisa etnográfica encetada permitiu identificar um conjunto de relações que afectam os vários agentes do sistema com implicação directa ou indirecta nas estratégias de decisão dos turistas.

Bibliografia

- Ateljevic, Irena *et al*
 2007, “Editors’ Introduction: Promoting an Academy of Hope in Tourism Enquiry”. In: Ateljevic, I. *et al* (eds), *The Critical Turn in Tourism Studies. Innovative Research Methodologies* (pp.01-08). Amsterdam, Elsevier.
- Burns, P. M.
 1999, *An Introduction to Tourism and Anthropology*, London, Routledge.
- Costa, C. e Buhalis, D.,
 2006a, «Introduction», in: Buhalis e Costa (eds), *Tourism, Business, Frontiers. Consumers, Products and Industry*, (pp.01-06). Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann
- Frankin, Adrian
 2007, “The Problem with Tourism Theory”. In: Ateljevic, I. *et al* (eds), *The Critical Turn in Tourism Studies. Innovative Research Methodologies* (pp.131-148). Amsterdam, Elsevier.

- Fernandes, F.
2013, *Pelos Caminhos da Água. As levadas e veredas da ilha da Madeira como recurso turístico*. Tese apresentada à Universidade de Évora para obtenção do Grau de Doutor em Turismo, Évora, Documento não publicado.
- Hall, C. M.
2008, *Tourism Planning. Policies, Processes and Relationships*, 2ª ed. Harlow: Pearson/Prentice Hall.
- Hollinshead, K.
2004, "A primer in ontological craft. The creative capture of people and places through qualitative research". In Phillimore, J. e Goodson, L. (eds), *Qualitative Research in Tourism. Ontologies, Epistemologies, Methodologies*. (pp.63-82). London, Routledge.
- Holloway, J. C.
1994, *The Business of Tourism*, Harlow: Longman
- Laws, Eric
1995, *Tourist Destination Management. Issues, Analysis and Policies*, London: Routledge.
- Leite, Naomi e Graburn, Nelson
2009, "Anthropological Interventions in Tourism Studies". In: Jamal, T. e M. Robinson (eds), *The Sage Handbook of Tourism Studies* (pp.35-64). London: SAGE.
- Manente, Mara e Minghetti, Valeria,
2006, «Destination management organizations and actors», in Buhalis e Costa (eds), *Tourism, Business, Frontiers. Consumers, Products and Industry*, (pp.228-237). Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Mathieson, Alister e Wall, Geoffrey
1982, *Tourism: economic, physical and social impacts*, Harlow: Longman Scientific & Technical.
- Phillimore, J. e Goodson, L.
2004a, (eds), *Qualitative Research in Tourism. Ontologies, Epistemologies, Methodologies*, London, Routledge.
- Phillimore, J. e Goodson, L.
2004b, "Progress in qualitative research in tourism: epistemology, ontology and methodology". In: Phillimore, J. e Goodson, L. (eds), *Qualitative Research in Tourism. Ontologies, Epistemologies, Methodologies* (pp.03-29). London, Routledge.
- Prats, Llorenç
1997, *Antropología y Patrimonio*, Barcelona, Editorial Ariel, S. A.
- Roberts, Lesley e Hall, Derek
2001 *Rural Tourism and recreation. Principles to Practice*. Wallingford: CABI Publishing.
- Santana, Agustín,
1997 *Antropología y Turismo. Nuevas hordas, viejas culturas?*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
_____, 2003, "Mirando culturas: La Antropología del Turismo". In: Rubio Gil, A. (coord.), *Sociología del turismo*, Barcelona, Ariel, 103-125.
- Tribe, John
2004, "Knowing about tourism. Epistemological issues". In: Phillimore, J. e Goodson, L. (eds), *Qualitative Research in Tourism. Ontologies, Epistemologies, Methodologies* (pp.46-62). London, Routledge.

Notas

- ¹ Apenas figuram nesta tabela os dados referentes às empresas de animação turística contactadas no decurso do trabalho de campo e que responderam à solicitação da autora.

Recibido: 02/06/2014
Reenviado: 23/10/2014
Aceptado: 04/11/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

Reseña de Publicaciones

Turismo y Patrimonio en la Quebrada de Humahuaca. Lugar, actores y conflictos en la definición de un destino turístico.

Claudia Troncoso. Tenerife: Pasos Edita (2012)

ISBN 978-84-88429-20-9

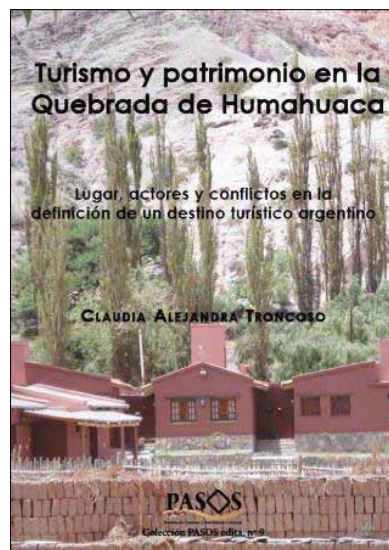
Maximiliano Emanuel Korstanje*

University of Palermo (Argentina)

Following the financial collapse of 2001, Argentina experienced a rapid boost in its economy. In this process, tourism plays a vital role as a strategic unit of business for generating valid incomes to local economies. This was the case for the Quebrada de Humahuaca, small town situated in the province of Jujuy, Argentina. La Quebrada is one of the most beautiful attractions of the country, and received recently the designation of heritage site by UNESCO. As this backdrop, Claudia Troncoso presents her book *Turismo y Patrimonio en la Quebrada de Humahuaca*, edited by Pasos, Spain, as a valuable platform to discuss the connection of patrimony, heritage and globalization to create tourist destinations.

Some spaces are commoditized others are undermined. She argues convincingly that tourism growth, since the XXth century, has been on the agenda of the Argentine government simply because it represents a fertile ground for fresh incomes. The book is formed by seven chapters which explore not only the consequences of tourism in local communities, like the Quebrada de Humahuaca, but the practices and behaviors these places generate. What this book discusses is to what an extent the concept of patrimony delineates the attractiveness of places, while ignoring others. Methodically speaking, the research is based on a combination of primary and secondary sources, which ranges from documents produced by tourism related organizations, towards solid statistics respecting to the tourism promotion. Additionally, journals, newspapers and other sources are used to guide the investigation of the research's fieldwork. The gap generated by the lack of information was fulfilled by personal interviews to key persons between 2007 and 2009.

Chapter 1 is fully dedicated to understand how tourist attractiveness is constructed. Though at some extent, heritage confers certain value to territory, Troncoso adds, local stakeholders change their own behavior adopting a new identity according to that imposed heritage. Chapter 2 is a description of Quebrada de Humahuaca and its diverse patrimonial characteristics. This is the weakest chapter of the



* Department of Economics - University of Palermo, Argentina; E-mail: mkorst@palermo.edu

book, or the more naive. From chapter III to VII, Troncoso redefines the concept of patrimonialization. If tourism was for the community a vital aspect for the generation of economic resources, the inclusion of Quebrada within the UNESCO world heritage list, coupled with specific policies of developments taking into consideration the limitation of the assumptions of what is undeveloped or developed country. In view of that, the outcome of the research is contrasted to the specialized bibliography to adequate new alternative view-points.

At the stage of touristification, the process of negotiations was subject to countless conflicts and discrepancies. The territorial unit leads to think tourism from the perspective of geography, alluding to the value the space creates. Tourism and territory are inextricably intertwined. The valorization of that soil depends on the human interaction and interpretation given by the space. It may be created, elaborated and changed according to the evolution of social dynamic. At a first glance, Troncoso alludes to territory as a product of historical background and mobility which are subject to a broader context of commoditization and globalization. We have to imagine the space as something open underpinned an ongoing state of transformation. This book calls us to think of the tourist-space as a place, which is connected to much broader units of commercialization. The competence of destinations not only produces internal changes in local communities, but also new strategies of adaptation to the international demands of tourists. The current forms of consumption are broader processes of cultural valorization but class-differentiation. Following the legacy of Bourdieu, Troncoso proposes us to reconsider the roots of tourism as a unit of identity engrained in the economic system. At time, heritage sheds light on the relevant aspects of history to form a shared consciousness these construes only are valid in the tourist-delivering societies. That way, La Quebrada offers decentralized products, which incorporates heterogeneity and intercultural values, which are at odds the mass-tourism archetype including tourists who are interested for protecting local landscapes. This represents a sustainable opportunity for real development. From its consolidation, la Quebrada experienced diverse conflicts and dissonances, whereby some stakeholders struggled to impose the monopoly of meaning as well as the rights to create certain identities and ignore others. Collateral damages as real estate, a decline of quality of life, and economic asymmetries have not been corrected by rational planning. Beyond the surface of the destination, Troncoso explains, lays some cleavages which merit attention. Tourism-led scholars and students will find a polished written work that focuses on the problem of cultural tourism and gentrification in Quebrada de Humahuaca, Argentina. This site like many other else, shows serious problems resulted from the introduction of real estate. To what an extent the market respect the local voice of natives is one of the strong points of entry in Troncoso's sight.

In its diverse chapters, the book provides substantial evidence that helps reader to understand the conflicts surfaced in spaces nominated as common heritage mankind as well as gives a fresh explanation of the limitation of state to control real-estate speculation. Among the weaknesses, we found an over-valorization of authenticity ignoring the problem this concept has generated by developing countries. Methodologically, Troncoso gives too much attention to the voice of locals respecting to heritage and development ignoring its pervasive effects worldwide. Her one-sided argument only shows the tip of the iceberg. It is common to think that questionnaires or interviews are the best methodologies to understand the reality. As a result of this, others methods and perspective of research are trivialized. This represents a serious epistemological problem for tourism research because sometimes people lie, or ignore the deep emotions that determine their behaviour. The excessive interest of micro-sociology leads Troncoso to put the horse before the cart. For local community, this means that gentrification problems are not resulted from real-estate dynamics, but from a new conception of Biopolitics to understand culture. Let me explain this better in the following lines.

Is capitalism commoditizing communities enrooted in poverty?. One of the aspects that defines the success of late-capitalism to transform the social behaviour is the need of self-determination, which introduces the needs of progress in excluded aboriginal tribes and pours countries. From north to south, the globalized economies have posed cultures into a dilemma, becoming in a property for commercial exploitation or disappear. This belief, encouraged by international financial institutions as World Bank or IMF issued loans so that peripheral countries to adopt development and tourism as primary factor for progress. Of course, not only peripheral nations should accrue higher rates of interest, which lead anyone to pauperism but they were unable to develop sustainable forms of tourism in their respective economies. The concept of culture, heritage not only worked a pivotal role in this process but also paved the ways for the adoption of "ethno-merchandise". The concept of heritage has been commoditized by local and international business corporations as a private property to stimulate an unlimited consumption. In the classical market, more demand entails less supply. This does not happen with ethno-merchandise,

because the value of attractiveness (product) not only does not decline with its use, neither rises with further demand. Cultures are subject to many changes and fluctuations based on the adaptancy of humans to their Environment. For this process was success, the minorities were conferred to rights to trade off with their heritage, or history at their discretion. Culture become in business enterprises managed by aborigines (Comaroff & Comaroff, 2012; Korstanje, 2012a; 2012b). This is exactly what Commaroff and Commaroff names "ethnicity Inc".

Conducive to its ossification, the concept of authenticity intends to homogenize the rich dynamism of human interaction. At the time a site is nominated as common-heritage mankind, diverse voices and cultural aspects of the site are molded according to the taste of an international demand. Why does patrimony trigger discrepancies among stakeholders?. The sense of independency of the community to exploit its own patrimony generates no few conflicts with nation-states (Comaroff & Comaroff, 2012; Korstanje, 2012a; 2012b; Korstanje & George, 2012; Skoll & Korstanje, 2014; Thirkettle & Korstanje, 2013). Since the book presents some descriptive situation without an all encompassing diagnosis, Troncoso's view would be enriched in an historical exploration of the use of development and heritage would be discussed.

References

- Comaroff, J. & Comaroff, J. (2012) *Ethnicity INC*. Buenos Aires, Katz.
- Korstanje, M. (2012a). "Reconsidering cultural tourism: an anthropologist's perspective". *Journal of Heritage Tourism*, 7(2), 179-184.
- Korstanje, M. (2012b). "Maccannell Revisited: a critical approach to structuralism". *Enlightening Tourism*, 2 (2): 117-141.
- Korstanje, M. E., & George, B. P. (2012). "Falklands/Malvinas: a re-examination of the relationship between sacralisation and tourism development". *Current Issues in Tourism*, 15(3), 153-165.
- Skoll, G. R., & Korstanje, M. (2014). "Urban heritage, gentrification, and tourism in Riverwest and El Abasto". *Journal of Heritage Tourism*, (ahead-of-print), 1-11.
- Thirkettle, A., & Korstanje, M. E. (2013). "Creating a new epistemology for tourism and hospitality disciplines". *International Journal of Qualitative Research in Services*, 1(1), 13-34.

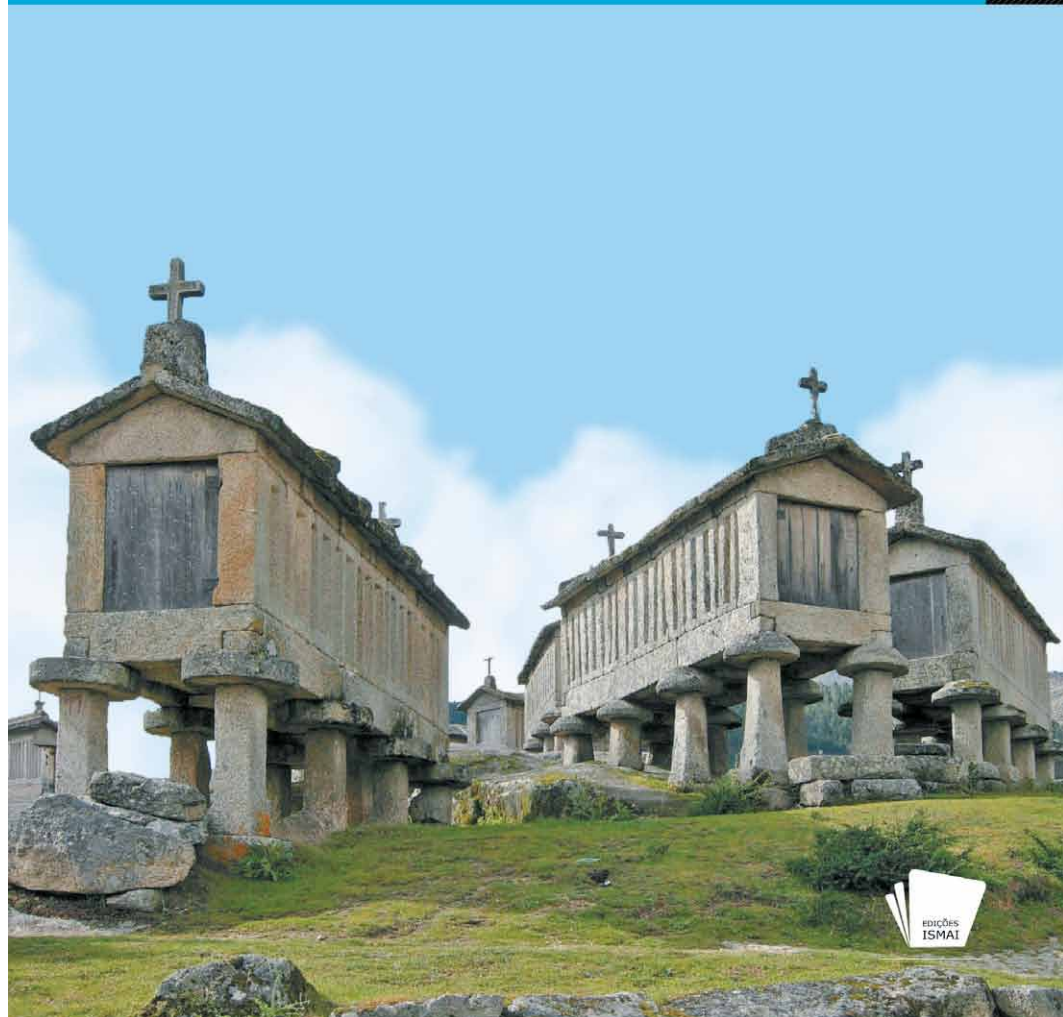
Recibido: 22/05/2014
Aceptado: 03/12/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

Xerardo Pereiro Pérez

CADERNOS DE TURISMO 02

TURISMO CULTURAL

Uma visão antropológica



Mais informações sobre a obra em: cedtur@ismai.pt

Página Web:
www.pasosonline.org

Correo electrónico:
info@pasosonline.org

Correo postal
P.O. Box 33
38360 El Sauzal (Tenerife) España



Universidad
de La Laguna
Instituto Universitario de Ciencias
Políticas y Sociales



