

VOLUMEN 11 – RESÚMENES

Números 1 y 2, enero/abril 2002

Número especial Antropología y Turismo en Brasil

Editora Invitada: Margarita Barretto

TURISMO Y ANTROPOLOGÍA EN BRASIL

Un estudio preliminar

*Álvaro Banducci Júnior
Universidad Federal de Mato Grosso do Sul
Campo Grande – MS, Brasil*

Teniendo como parámetro el contexto internacional, este trabajo discute la forma como se va creando un debate sobre el turismo en la antropología brasileña. Parte del modelo formulado por Jafar Jafari, quien aporta distintas tendencias del debate sobre el turismo en el mundo, y sobre la base de algunos estudios sobre el tema analiza la actual teoría y los principales problemas enfocados por la antropología brasileña.

PALABRAS CLAVE: Turismo, antropología brasileña y turismo, impacto ambiental y cultural.

ARTIFICIALIDAD Y AUTENTICIDAD

El turismo como experiencia antropológica

*Silvana Miceli de Araujo
Universidad del Estado de
Rio de Janeiro - RJ, Brasil*

Este artículo busca establecer un espacio analítico de reflexión antropológica del turismo sobre la base de los trabajos de Boorstin y MacCannel.

PALABRAS CLAVE: autenticidad escenificada, experiencia verdadera, turismo.

POBREZA, VIOLENCIA Y CRIMEN

Conflictos e impactos sociales del turismo sin responsabilidad social

*Yolanda Flores Silva
Universidad del Valle de Itajaí
Balneario Camboriu – SC, Brasil*

Este trabajo presente los resultados de un estudio realizado en el Estado de Santa Catarina, Brasil, para determinar las actitudes de los residentes de menores recursos frente a los turistas.

PALABRAS CLAVE: Identidad, turismo, violencia.

LA RECONSTRUCCIÓN DE LA “ITALIANIDAD” EN EL SUR DEL ESTADO DE SANTA CATARINA, BRASIL

*Adiles Savoli
Universidad del Oeste de Santa Catarina
Centro Chapecó – SC, Brasil*

En este ensayo se intenta reflexionar sobre el actual surgimiento de innumerables manifestaciones referidas a la cultura italiana, en particular sobre las del sur del Estado de San Catarina. Esta región redescubre su “italianidad”, proceso que inicia un inventario de aspectos relacionados con esa cultura. Las asociaciones italianas manifestaron su objetivo de rescatar la cultura, entendiéndose por ella la lectura que hacen los descendientes de italianos sobre su pasado. Seleccionan del pasado los pilares que dan sustento al ideal de cultura italiana y que corresponde a las aspiraciones actuales de lo que significa ser italiano. Esta creación de italianidad es utilizada como estrategia de marketing para el turismo de la región.

PALABRAS CLAVE: italianos, cultura, turismo, identidad, etnicidad.

SALVADOR DE BAHÍA, BRASIL. FÁBRICA DE TRADICIONES

*Roque Pinto
Universidad Federal de Bahía
Salvador – Bahía, Brasil*

Este artículo hace referencia a la forma como se configura la imagen de la ciudad de Salvador de Bahia (Brasil) y sus alrededores desde el ángulo de la matriz simbólica regional, de manera tal que esta imagen se constituye en un elemento clave para el desarrollo del turismo local y para la economía basada en el esparcimiento. Asimismo, se muestra como esta imagen de marca es tomada en diferentes instancias por la sociedad bahiana (gobierno

estadual, industria del turismo y del ocio, así como los medios de comunicación y de los residentes en el espacio urbano).

PALABRAS CLAVE: Bahía, Salvador, turismo, carnaval.

TURISMO Y RELIGIÓN. TENSIÓN, NEGOCIACIÓN E INVERSIÓN EN LA CIUDAD HISTÓRICA DE TIRADENTES, BRASIL

*Oswaldo Giovannini, JR
Universidad Federal
de Juiz de Fora - Brasil*

Este trabajo pretende resaltar algunos aspectos del turismo que hacen referencia a la interacción entre cultura moderna y tradicional, momento en que el turista moderno consume parte del universo simbólico de un grupo tradicional con un “cambio de significado” afectando a la población nativa. Analiza las celebraciones de Semana Santa en la ciudad histórica brasileña de Tiradentes, Minas Gerais. Allí se produce el encuentro entre turistas y nativos generando una experiencia religiosa muy marcada por tensiones, combinaciones e inversiones en referencia a los “de adentro” y “de afuera”.

El conjunto simbólico en cuestión, las fiestas, procesiones e iglesias gana fuerza y sentido en la articulación entre contenido mítico, interpretación histórica y experiencia estética, afirmando identidades y definiendo relaciones. Conjuga mitos católicos, una tradición local y la exigencia moderna de un comportamiento individualista marcado por la razón.

PALABRAS CLAVE: turismo, religión, historia.

PEREGRINACIÓN Y TURISMO. LA NAVIDAD EN GRAMADO Y CANELA, BRASIL

*Carlos Alberto Steil
Universidad Federal de Rio Grande do Sul
Porto Alegre – RS, Brasil*

Este trabajo analiza las relaciones entre peregrinación y turismo a partir de dos eventos: Luz Navideña y Sueño de Navidad que se realizan en la localidad de Canela en Rio Grande do Sul. En base a estudios que comparan estos fenómenos, busca comprender las transformaciones que ocurren durante las peregrinaciones a partir de la incorporación de elementos de carácter turístico. A los efectos del análisis, peregrinación y turismo son tomados como estructuras de significados, o “tipos ideales”, en el sentido weberiano, que apuntarían a dos posibilidades extremas de vivencias la experiencia de la peregrinación o del turismo religioso.

Con respecto a la peregrinación, remite a una situación donde el actor y el espectador se

confunden. El turismo enfatiza el espectáculo, estableciendo una diferenciación y exterioridad de los peregrinos-turistas con relación al evento.

PALABRAS CLAVE: peregrinación, turismo, Navidad.

LA NATURALEZA TURÍSTICA DE RIO DE JANEIRO, BRASIL

*Celso Castro
Fundación Getulio Vargas
Rio de Janeiro – RJ, Brasil*

Durante las primeras décadas del siglo XX Rio de Janeiro fue el principal destino del incipiente turismo brasileño y actualmente continua siendo la ciudad más visitada del país. Este artículo se sitúa en un terreno común entre la antropología y la historia y su objetivo es reflexionar sobre la historia de la inclusión de la ciudad en los circuitos turísticos internacionales. Busca contextualizar el desarrollo de la actividad en Rio de Janeiro en un contexto histórico y cultural más amplio (como por ejemplo, la popularización de los viajes vacacionales y la valorización de las playas). Asimismo, pretende discutir la construcción de la “naturaleza turística” de la ciudad.

PALABRAS CLAVE: turismo, Rio de Janeiro, antropología del turismo, historia del turismo.

EL TURISMO Y LAS RELACIONES INTERNACIONALES. UN ESTUDIO EN LA LOCALIDAD DE CANASVIEIRAS, BRASIL

*Margarita Barretto
Fundación Universidad Federal
De Blumenau – SC, Brasil*

Los estudios antropológicos del turismo señalan que este fenómeno contribuye a los procesos de aculturación y endoculturación. En este artículo se presenta un estudio de caso de la localidad de Canasvieiras, Florianópolis-SC, Brasil donde se observa un impacto del turismo originado mayoritariamente en Argentina, sobre la sociedad local. Este estudio aún no ha finalizado y busca comparar al papel del turismo como factor de aculturación o endoculturación frente a otros procesos y relaciones internacionales.

PALABRAS CLAVE: turismo, impactos, relaciones internacionales.

LA ETNOGRAFÍA DEL PASEO EN LAS CLASES POPULARES DE BRASIL

*Paulo Roberto Albieri Nery
Universidad Federal de Uberlândia
Uberlândia - Minas Gerais, Brasil*

Este artículo presenta un estudio etnográfico de una práctica de ocio, el “paseo a la playita” que constituye una fiesta popular del tipo rabelasiano. Se realiza una reflexión sobre la forma de estructuración de las relaciones sociales donde predominan de relaciones personales y se tiene en cuenta elementos como la naturaleza, el cuerpo y las acciones sociales.

PALABRAS CLAVE: paseo, viajes, turismo, ocio, desplazamiento, clases populares, valores holistas.