

ESPACIO, PRÁCTICAS Y REPRESENTACIONES SOCIALES EN EL TURISMO DE NEGOCIOS

La Feria Hippie de Belo Horizonte (Brasil) y las construcciones simbólicas

Alexandre de Pádua Carrieri

Universidade Federal de Belo Horizonte, Brasil

Thiago Duarte Pimentel

Universidade Federal de Lavras, Brasil

Alfredo Rodrigues Leite-da-Silva

Fucape Business School, Espírito Santo, Brasil

El objetivo de este artículo es mostrar y analizar las relaciones entre las categorías de espacio (físico y simbólico), las prácticas y las representaciones sociales en las construcciones simbólicas de los turistas de negocios en la Feria Hippie de Belo Horizonte-MG (Brasil). Las relaciones entre el espacio, las prácticas y las representaciones sociales de los turistas de negocios revelaron que su actuación en la Feria Hippie tuvo como común denominador la ambigüedad. La racionalidad económica está presente, pero sólo se sustenta y es reforzada en la medida en que hay espacio para tácticas basadas en la personalidad, muchas veces opuestas a la lógica racional de la competencia económica, pero indispensable para la actividad del actor social.

PALABRAS CLAVE: *espacio (físico y simbólico), turistas de negocios, feria hippie, representaciones sociales.*