

ACUARELA MULTICOLOR

Brasil pintado por los turistas extranjeros

*Danielle Miranda de Oliveira Arruda Gomes
Áurio Lúcio Leocádio da Silva
Adriana Costa Cavalcante
Auridete Lima Fonteles
Universidade de Fortaleza. Ceará - Brasil*

El objetivo central de este estudio es identificar la imagen de Brasil transmitida por medio de la información boca a boca por el turista italiano. La investigación deriva del hecho de que en Brasil la organización del viaje surge de la información transmitida boca a boca, e Italia es uno de los cuatro mayores emisores de turistas hacia ese país; el 75% de los mismos son de sexo masculino y la región nordeste ocupa el primer puesto como destino (Embratur, 2010). Este estudio se basó en el marketing boca a boca (Kotler & Keller, 2006) y el abordaje metodológico responde a la perspectiva constructivista; y se adoptó la etnografía descriptiva e interpretativa, complementada por una investigación cualitativa para la cual se utilizó la técnica de la entrevista en profundidad (Malhotra, 2006). Los resultados sugieren que los mensajes difundidos por los turistas entrevistados favorecen la atracción de italianos en busca de recreación y turismo sexual; y confirman el estudio cuantitativo realizado por la Embratur (2009), que muestra un importante crecimiento del número de turistas italianos de sexo masculino recibidos en el nordeste de Brasil. Por otro lado, quienes ya estuvieron en Brasil cuentan que la región nordeste es segura y amigable. Se puede concluir que la imagen transmitida por los turistas italianos está centrada en el concepto de turismo sexual y corresponde a una acuarela de colores sensuales, que transmite fascinación; libertad; virilidad; poder y status social; alegría; impunidad; y un mix de condimentos.

PALABRAS CLAVE: *imagen, destino turístico, Brasil, información boca a boca.*