

**Brambilla, A.; Baptista, M.M.; Vanzella, E.;
Silveira, L. (Dir.) (2017). *Cultura e turismo:
interfaces metodológicas e investigações em
Portugal e no Brasil.***

João Pessoa: Editora do Ccta, 409 pp.

CECILIA PÉREZ WINTER

Instituto de Geografía e Instituto de Ciencias Antropológicas, Universidad de Buenos Aires y Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Buenos Aires, Argentina
cecipw@gmail.com

Lo cultural ha tenido un lugar relevante en la organización de los viajes. Ya sea en la configuración de los *Grand Tours* en Europa desde el siglo XVII o más lejano en el tiempo, con los viajes para conocer las “siete maravillas del mundo” (antiguo), solo por mencionar algunos ejemplos. Si avanzamos significativamente en el tiempo, en la década de 1970 algunos autores comenzaron a identificar al turismo alternativo, como una respuesta al turismo de masas, en el cual se identifica al turismo cultural como nueva modalidad. Esta propuesta, orientada por diversos actores, construye y organiza un tipo de turismo no masivo, personalizado y que promueve la desconcentración temporal y espacial. A su vez, la motivación de los/as turistas, en este caso, sería el querer conocer las costumbres, prácticas que caracterizan a ciertas comunidades y sus lugares de residencia. Por lo tanto, hacer referencia al turismo cultural implica que se seleccionan y mercantilizan elementos materiales y simbólicos vinculados con lo cultural que tienen cierta “potencialidad” de atracción. En este marco, lo cultural, entendido en términos más amplios e inclusivos, ganó relevancia.

Sin embargo, entender qué es el/los turismo/s y qué es la/s cultura/s y la relación que se establece entre ambos conceptos es complejo y complicado de definir y explicar, ya que existen diversos enfoques y disciplinas desde las cuales posicionarse para abordar ese tema y porque el propio proceso de desarrollo turístico es dinámico e históricamente cambiante, al igual que lo que se valoriza como relevante para mirar, consumir y conocer. En este marco, el libro *Cultura e Turismo: inter-*

faces metodológicas e investigações em Portugal e no Brasil, se presenta como una propuesta que busca indagar en esta histórica relación entre Cultura y Turismo. De esta forma, el libro ofrece una diversidad de definiciones, metodologías y casos empíricos actuales que permiten entender el turismo como un proceso en continua reformulación. Y en ese proceso, lo cultural es resignificado, recontextualizado, disputado y recreado por una diversidad de actores que buscan visibilizar, apropiar y activar ciertos elementos materiales/inmateriales otorgándoles diferentes usos, sentidos -desde económicos, identitarios, políticos- que les permitan viabilizar diferentes necesidades e intereses.

El libro fue organizado por el *Grupo Cultura e Estudos em Turismo*, perteneciente al programa de doctorado en estudios culturales de la Universidad Federal de Paraíba, Brasil. Es de destacar que los 13 capítulos, tal como lo anticipa el título de la publicación, por una parte, desarrollan y expresan claramente los lineamientos teórico-metodológicos implementados por cada autor y autora. Por otra parte, utilizan casos latinoamericanos (Brasil y Argentina) y europeos (Portugal) con los cuales se indagan una diversidad de temas y problemáticas clásicos y novedosos. Asimismo, es importante señalar los enfoques y disciplinas (Educación, Filosofía, Antropología, Estudios Culturales, Agronomías, Administración de empresas, entre muchos otros) que cada investigador e investigadora aportan en los escritos, nutriendo el libro con una variedad de conceptos y miradas.

Cada capítulo indaga en los diversos procesos en los que la cultura es objeto de activación y mercantilización turística y las implicaciones y tensiones que ello genera, o allí se expresan o tratan de dirimirse. Se explicita la idea del turismo como construcción social, en la cual existen actores que seleccionan y “marcan” elementos culturales para ser resignificados, recontextualizados y mercantilizados como atractivos o destinos turísticos. Así, en el primer capítulo denominado “*A mercantilização e exotização do outro turismo*” escrito por Lélian Silveira y María Manuel Baptista, ellas dan cuenta de los aportes teórico-conceptuales que ofrece la antropología a los estudios turísticos. Las autoras proponen lineamientos para abordar, por una parte, temáticas vinculadas con la construcción de la otredad y el exotismo –cuestiones fundamentales del turismo cultural-, los encuentros entre personas de diferentes culturas y cómo en estos procesos se reproducen relaciones de poder entre quienes

los reciben y los propios turistas. A su vez, nos advierten e indagan en cómo, desde el ámbito académico, el turismo ha sido analizado desde un lugar de poder etnocentrista, colocando a la realidad europea como el parámetro de comparación. Para ello, las autoras proponen recuperar las teorías pos-coloniales a partir de una serie de planteos de investigadores como Stuart Hall, Edward Said, entre otros, tomando como tema principal el rol del lenguaje utilizado en la promoción turística. A partir de ellos, las autoras identifican y analizan cómo se construyen y reproducen –sutilmente- en diversas fuentes (como folletos y guías turísticas) representaciones colonialistas de los “otros”.

El segundo capítulo se titula “*A viagem independente como experiencia subjetiva de felicidade: o caso das brasileiras*” presentado por Gisele Carvalho, Maria Manuel Baptista y Carlos Costa. En este caso, se podría decir que se recupera –aunque no esté del todo explícito- la idea de los viajes turísticos como ritos de pasaje. En este caso se los plantean como experiencias subjetivas, indagando las nuevas formas del “ocio femenino”. A partir de entrevistas con una serie de mujeres brasileñas que viajan solas, se construyen el turismo como una práctica individual, donde la motivación es la búsqueda de la felicidad, la construcción de la propia subjetividad y el desarrollo humano. Es decir, los viajes les permiten a esas mujeres, no solo disfrutar del tiempo libre como tiempo recreativo, sino que además, como experiencias que permiten superar tensiones personales, generar confianza en sí mismas, volver con nuevas ideas para el ámbito laboral en el cual se desempeñan¹.

En el tercer capítulo, “*As rotas meseológicas como estratégia de turismo: o caso da reigão de Aveiro, Portugal*” de Sara Vidal Maia, la autora desarrolla la idea del turismo cultural y la relevancia de la cultura como un producto que permite configurar rutas temáticas. En este caso, ella indaga en la construcción de rutas que conectan diversos museos de la región de Aveiro y cómo ello fue derivando en sub-rutas, tanto en áreas urbanas como rurales. Si bien se presentan como iniciativas positivas en las que quienes trabajan en los museos que participan valorizan la conexión que se da entre las diferentes instituciones, la autora también señala

1 Algunos de los relatos de entrevistas rememoran, con sus obvias diferencias y contextos, los relatos de ciertas mujeres inglesas exploradoras de la época Victoriana como Gertrude Bell. Para ello se puede consultar: a Domosh, M. (1991). «Toward a feminist historiography of geography», *Transactions of the Institute of British Geographers*, N° 16, pp. 95-104.

los diferentes desafíos y obstáculos que cada ámbito presenta, particularmente el rural.

“*Desenvolvimento local sustentável: contributo do empreendedorismo feminino da comunidade da Penha em João Pessoa, Paraíba-Brasil*”, escrito por Márcia Félix da Silva y Nicole Cavalcanti Silva; estas autoras analizan el proyecto “Sereias da Penha” como una iniciativa positiva que posibilitó generar empleo a mujeres que lo precisaban debido a su situación socio-económica. El análisis del caso no solo radica en la generación de un nuevo ingreso para este grupo de mujeres, sino, además, una serie de transformaciones socio-culturales e identitarias. A su vez, la experiencia permitió el aprovechamiento y resignificación de productos de la pesca que anteriormente eran descartados (escamas de peces). Ello produjo la valorización y la colocación de altos precios para su procuración, a partir que las “Sereias da Penha” se hicieran famosas —a nivel nacional e internacional— por la elaboración de sus artesanías denominadas biojoyas. La popularidad de estas mujeres y su emprendimiento, el cual contó de la colaboración de instituciones como el SEBRAE (*Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas*) y profesionales como diseñadores de moda, también contribuyó a dar a conocer la ciudad y municipio como destino turístico. El capítulo analiza en detalle la conformación del proyecto y las derivaciones que ello tuvo tanto en las 43 mujeres miembro como en el desarrollo turístico de la localidad donde viven y llevan adelante su emprendimiento.

El quinto capítulo, propuesto por Adriana Brambilla y Elídio Vanzella, se titula “*Enoturismo: a cultura, o vinho e o turismo*”; ofrece un estado de la cuestión sobre el mundo del turismo en relación a la producción y consumo del vino como parte del turismo cultural. Como se propone el libro, este capítulo busca enfatizar la cuestión cultural de esta modalidad, analizando que turistas interesados en este tipo de viajes no son motivados solo por la experiencia de deleitar nuevos sabores vinculados al vino, sino que, a través de esa bebida, esperan conocer los aspectos y contextos culturales que hacen a su producción (las prácticas, las tradiciones, las costumbres). A su vez, se identifica su particularidad, como el uso de todos los sentidos para disfrutar del enoturismo en su totalidad. En este caso, la cuestión de vivir y consumir lo auténtico entra en juego para el disfrute de esta modalidad.

El sexto capítulo indaga en un tema poco señalado en esos términos, “*Folkmunicação e turismo rural como estratégia de promoção para o desenvolvimento local: o caso da Caiana dos Crioulos-PB*” escrito por Leylane Bertoldo de Campos y Severino Alves de Lucena Filho. La propuesta de este capítulo es indagar en lo que se identifica como “elementos folkmusicacionales” de una comunidad quilombola² en Caianados Crioulos (Brasil) para promover el turismo rural. En este capítulo la “folkcomunicación” se plantea como una estrategia de desarrollo local. Quienes escriben este trabajo entiende a la “folkcomunicación”, retomando los lineamientos planteados por el brasileño Luiz Beltrão en la década de 1960, como el estudio de agentes -junto a los medios populares de informaciones, hechos y expresiones de ideas- que se relacionan, construyen y reproducen en los elementos de la cultura popular. Así, se interesan por indagar en el proceso de configuración y apropiación de esos elementos y sus características. En este caso, el aporte de Campos y Alves de Lucena Filho es incorporar este tipo de investigaciones con su potencialidad para incentivar el desarrollo turístico en áreas rurales. En el capítulo analizan las danzas Coco de Roda y la Ciranda, las cuales surgen de la interacción entre indígenas y poblaciones afro en la región del nordeste de Brasil. A partir de la década de 1990, estas danzas comenzaron a ganar visibilidad al ser presentadas públicamente. Quienes escriben este capítulo plantean que estos elementos, junto a otros religiosos, gastronómicos y las artesanías le otorgarían singularidad a la comunidad quilombola, como para promover el turismo y generar rentas complementarias. Sin embargo, también advierten que ello no bastaría para resolver otras problemáticas sociales y económicas que sufre la comunidad.

El séptimo capítulo denominado “*O potencial do turismo de teatro em Aveiro: o estudo da festa São Goncalinho*” de Vanessa Lamego y Maria Manuel Baptista indaga en el proceso de resignificación-recontextualización –y las implicaciones que ello produjo- de la fiesta San Gonzalinho en Aveiro, Portugal. El trabajo es interesante porque analiza en detalle ese pasaje que se produce cuando una celebración deja de ser un acontecimiento local –reconocido como patrimonio cultural- destinado a las comunidades locales y se convierte en un atractivo turístico

2 Es decir, de una comunidad constituida por afrodescendientes que se configuró inicialmente por esclavos.

que contempla la participación de turistas. Ambas autoras construyen y definen el turismo-teatro como una forma de turismo que ocurre cuando el turista se desplaza teniendo como principal motivación el consumo de obras teatrales. En este caso, las autoras hacen una tentativa por identificar la fiesta San Gonzalinho como parte de esa nueva modalidad, en el que el turista actúa como espectador y se relaciona con actores/as que llevan adelante demostraciones como parte de la celebración.

El capítulo siguiente, “*O usufruto turístico do patrimônio cultural gastronómico: o caso da tapioca em Fortaleza*”, planteado por Uíara Martins también versa sobre un tipo de patrimonio cultural, en este caso asociado a un alimento tradicional para la región del norte de Brasil, como es la tapioca. La valorización de las cocinas y los alimentos es un tema muy en boga, tanto en los estudios patrimoniales como turísticos, en particular desde que la UNESCO reconoció en 2010 las cocinas de Francia y México. Por lo tanto, como plantea este capítulo, Brasil no es una excepción a este tipo de procesos. En este trabajo, la autora analiza, como ocurre en el capítulo anterior, los cambios y resignificaciones que ocurren con la forma de hacer y consumir la tapioca a partir de la relocalización y profesionalización de tapioceros/as. A su vez, analiza cómo los locales y las nuevas formas -estilizadas- de hacer tapioca se configuran como un nuevo atractivo turístico gastronómico de Fortaleza. En el trabajo se detallan las negociaciones y tensiones que se expresan en el proceso de readecuación de esta práctica culinaria. Así, la autora advierte y examina los cambios técnicos, de higiene, la estilización de este tipo de alimento y la readaptación de los saberes necesarios para hacer una tapioca a punto mediante nuevos utensilios, ingredientes y sabores que buscan satisfacer el paladar -refinado- de los/as turistas que reciben. En este trabajo la cuestión de la preservación de la autenticidad en la producción de la tapioca también es discutida.

El capítulo nueve, “*Turismo cultural nas comunidades rurais: o caso de Macieira de Alcôba*” de Adriana Mesquita nos presentan una “nueva generación” del turismo cultural, denominado turismo creativo. A partir de esa modalidad la autora sostiene que surge como una respuesta a las exigencias de la sociedad actual en la que se propone combinar “oportunidades de placer con expresiones de creatividad y aprendizaje personal”. Para indagar sobre esta modalidad Mesquita analiza el caso del restaurante “A Escola”, ubicado en Macieira de Alcôba (Portugal) a partir de

realizar entrevistas con residentes locales. La autora busca con los testimonios de los pobladores de esa área rural, analizar cómo ellos perciben el desarrollo turístico, qué expectativas tienen sobre esa actividad y qué papel está desempeñando en la comunidad. En este caso, Mesquita señala que el restaurante se percibe como una experiencia exitosa ya que genera empleos, valoriza y posibilita comercializar comidas tradicionales junto a los productos que se implementan para producirlas. A su vez, la autora señala que ello funciona como un motivador para impulsar nuevas inversiones de residentes locales en proyectos que buscan embellecer y mejorar los servicios vinculados al turismo, como recuperar inmuebles históricos, establecer nuevos comercios. Es decir, se genera mayor participación e involucramiento por parte de las comunidades en participar del desarrollo turístico creando experiencias personalizadas, “auténticas” y sustentables que satisfagan tanto sus expectativas como la de los visitantes.

El capítulo “*Turismo cultural: algumas ideias para a sua elaboração teórico-metodológica e seu procedimento prático*” de Pedro de Alcântara Bittencourt César, Conceição Malveira Diógenes y Ângela Teberga De Paula, cuestiona si existe un turismo cultural y en este marco, se exponen y diferencian dos conceptos claves para este trabajo: la relevancia y potencialidad de la interpretación cultural y la educación patrimonial. Nuevamente, se observa la estrecha relación entre el patrimonio y el turismo y el protagonismo y significatividad que el primero tiene para el segundo. A partir de un caso de Brasil en un sitio perteneciente a las históricas misiones jesuíticas, se analiza la potencialidad de la interpretación del patrimonio como herramienta para proteger, divulgar y consolidar un lugar patrimonial y turístico.

El décimo primer capítulo, “Turismo infantil: los museos de la ciudad de Buenos Aires (Argentina) desde la perspectiva de niños de 11 años”, Juana Norrild nos presenta un tema novedoso y poco abordado en los estudios turísticos, el pensar y organizar el turismo para este tipo de actor. Otra excepcionalidad de este trabajo dentro del libro es que es el único que plantea ejemplos de Argentina, los demás, y como anticipa el libro, provienen de investigaciones realizadas tanto en Brasil como Portugal. Generalmente, los niños y niñas son integrados en las prácticas turísticas a través de aquellas iniciativas que incluyen propuestas para toda la familia. Lo interesante de este capítulo es justamente centrarse

solo en ellos/as. De esta forma, Norrild indaga cómo los museos y otros centros culturales en la ciudad de Buenos Aires diseñan actividades para lo que la autora incorpora y define como “turismo infantil”. A su vez, la autora analiza y compara cuáles son las expectativas que ese grupo –de entre 10 y 11 años- expresa y manifiesta como atractivo.

En el anteúltimo capítulo, “*Tuismo judaico em Belmonte*” de Paulo Carrelhas, el autor indaga en un caso muy particular, la villa de Belmonte (Portugal), donde vive una comunidad compuesta por judíos sefardíes. El autor expone como ese sector generó y mantuvo una variedad de prácticas culturales y religiosas muy particulares, que son resultado -en parte- de la convivencia que mantuvieron con grupos católicos de la misma comunidad. En este capítulo, se introduce la historia cargada de tensión de los judíos sefardíes debido a los procesos de inquisición por el cual fueron perseguidos. En el trabajo se identifica el caso de Belmonte como parte del turismo “negro”, pero también dentro del turismo cultural ya que, sin negar los hechos dramáticos de un pasado conflictivo, se destaca desde el turismo las estrategias sociales y culturales que los judíos sefardíes han podido configurar para lograr construir vínculos que parecían imposibles por el contexto de persecución extrema. Por eso el autor presenta este caso como un destino turístico reconciliatorio pos-trauma. El caso permite pensar que ciertas iniciativas turísticas –al igual que los procesos de patrimonialización- pueden ser una forma de “reparación”, o como se señala el autor, de reconciliación.

En el último capítulo del libro el término turismo “negro” gana protagonismo. Una modalidad relativamente nueva que nos viene aparejada de una serie de discusiones éticas al cuestionar la construcción como atractivos/destinos, lugares donde ocurrieron eventos trágicos. A su vez, como esta modalidad va creciendo y reformulándose al observarse la diversificación de ofertas que se integran bajo este término. En este marco, “*Turismo negro: uma raiz para a concórdia no estudo do turismo relacionado como a morte e o sofrimento*”, Belmira Coutinho nos invita a reflexionar sobre el tema. A partir de formular una serie de interrogantes (Qué busca este tipo de turismo y qué realmente podría ser considerado bajo ese concepto), la autora busca definir esta modalidad tan peculiar. Para ello, propone, entre otros planteos, pensar el turismo en relación al concepto de rizoma.