

TURISMO ÉTNICO Y TRADICIONES INVENTADAS¹

Margarita Barretto
Universidade de Caxias do Sul

Resumen

En relación al turismo cultural y étnico, mucho se ha discutido sobre la cuestión de la autenticidad, así como la de los impactos ocasionados en las culturas “anfitrionas” y las investigaciones han arrojado resultados diferentes de acuerdo al local, su historia socio política y los tipos de turistas involucrados.

Otros problemas, sin embargo, han sido poco estudiados y se refieren a la invención de tradiciones, la “recuperación” de identidades con el apoyo de ficciones orientadoras para crear un imaginario colectivo para consumo turístico, así como los problemas ocasionados a la población por medidas legales para la protección de bienes declarados de valor histórico en sociedades donde la idea de preservación no hace parte del imaginario colectivo y donde los procesos históricos han dejado marcas que la memoria colectiva quiere olvidar.

Palabras clave: Turismo étnico; Identidades; Tradiciones Inventadas; Patrimonio; Imaginario colectivo

Introducción

El turismo presupone la existencia, de un lado, de turistas, personas que llegan a un lugar como visitantes con una enorme diversidad de motivaciones, que pueden ir de los deportes radicales a la contemplación de una obra de arte, pasando por la simple evasión de lo cotidiano.

Presupone, igualmente, la existencia de lo que se llama un producto turístico que se constituye de una materia prima, que puede ser un recurso de la naturaleza o de la cultura, a lo que se agrega una infraestructura turística que comprende una serie de equipamientos y servicios (medios de hospedaje, red de alimentación, de diversión, de transporte) infraestructura de acceso (carreteras, aeropuertos) e infraestructura básica urbana (saneamiento, luz, comunicaciones).

La prestación de servicios turísticos constituye el negocio del turismo y atraer turistas (consumidores) es una preocupación de los que están en este negocio.

¹ Publicado en: SANTANA TALAVERA, Agustín; PRATS CANALS, Llorenç (coordinadores). El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación. Sevilla, Fundación el Monte/Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español/Asociación Andaluza de Antropología. 2005.

Para mantener los negocios activos, los atractivos deben renovarse y diversificarse y es por ello, entre otras razones, que en la actualidad se pone el énfasis sobre los atractivos culturales, como alternativa al producto tradicional, turismo de sol, playa y diversión, que significa masificación y excesos que comprometen la calidad de vida de los núcleos receptores.

Los atractivos culturales incluyen manifestaciones de la cultura material (edificios, monumentos, artes plásticas y visuales) y de la cultura simbólica, como danzas tradicionales, culinaria y otras rotuladas de típicas o folklóricas.

Una forma particular del turismo cultural es el turismo étnico, donde el atractivo principal es la forma de vida de determinados grupos humanos, diferenciados por raza, religión, región de procedencia y otras características comunes.

Este tipo de turismo merece algunas discusiones por las consecuencias que conlleva en el plano de la ética y de las relaciones humanas, cuando se coloca el atractivo (personas y su modo de vida) al servicio de los negocios turísticos.

Esta comunicación pretende focalizar el turismo étnico practicado en lugares del nuevo mundo donde se instalaron determinados grupos de inmigrantes y que, en la actualidad, utilizan su diferencial étnico como atractivo turístico. Pretende colocar algunas reflexiones a partir de los conceptos de tradiciones inventadas, identidad y patrimonio. El tema será abordado desde la óptica de la planificación turística y su responsabilidad social y desde una mirada sudamericana sobre un escenario que, por ser diferente del europeo, obliga a introducir otras variables de análisis a la cuestión del binomio turismo-cultura, como, por ejemplo, las barreras que la memoria colectiva puede poner a la historia oficial, así como el peso de la especulación del suelo y de la mentalidad “modernizadora” que, juntos, potencian el deseo de destruir o desechar lo antiguo.

Turismo cultural y autenticidad

Desde 1967 en que McCannel comenzó la discusión sobre si la búsqueda de lo turistas era por autenticidad o por dramatización escénica, la antropología y también la sociología han dado mucha atención al tema, con resultados que varían en función del lugar en que se investiga y del tipo de turistas que se observa.

Boorstin (1987, p. 79-80), por su parte, sostenía que los turistas solo tenían acceso a lo que él llamó de “pseudo- acontecimientos” preparados para ellos por los agentes turísticos. MacCannel (1999, p. 105) rebatió este argumento utilizando los conceptos de Erwin Goffman de *front* y *back regions*, palco y bastidores, para elaborar su teoría del escenario (*stage setting*), región intermedia entre palco y bastidores, donde se procede a la puesta en escena de los hechos, para los turistas.

Las discusiones sobre autenticidad llegaron al punto de que se distinga entre autenticidad “fría y objetiva” y autenticidad subjetiva y existencial (cf. Selwyn apud Cohen, 2002, p. 271), siendo la primera una especie de autenticidad creada y la otra una autenticidad auténtica.

La nómina de autores que han discutido este aspecto sería relativamente extensa, por lo tanto serán citados algunos nombres que han adquirido gran relevancia en el escenario internacional, como Nelson Graburn, Davvyd Greenwood, Ian Munt, Erik Cohen y John Urry. Este último (cf. Urry, 1990; 1995) afirma, de un lado, que los turistas de hoy saben que la autenticidad es fabricada y no le dan importancia al hecho, siempre que la dramatización sea de buena calidad; esto porque el consumo de lugares se da de forma reflexiva (utilizando para ello el concepto de reflexividad de Giddens). Sobre estas dos ideas hay bastante consenso en la actualidad y ellas han ayudado a superar un poco una discusión que estaba cada vez más impregnada de la subjetividad del investigador. Varios autores siguen esta corriente de pensamiento, entre ellos Cris Rojek, da Universidade de Nottingham Trent, que, junto com Urry escribió *Touring Cultures: transformations of travel and theory* (cf Rojek e Urry, 1997)

Impactos del turismo en las culturas anfitrionas

Otro de los aspectos que las ciencias sociales han analizado exhaustivamente ha sido el de los impactos del turismo sobre las comunidades receptoras, siendo el primer trabajo de este género atribuido a Theron Nuñez (Nash ,1996, p.I).

Dos libros que sacudieron las bases triunfalistas de la economía del turismo en la década de 1980 fueron *La horda dorada*, de autoría de los antropólogos británicos Turner e Ash, que comparaban a los turistas con las hordas de los bárbaros que dejaban un rastro de destrucción (cf. Turner e Ash,

1991), y el polémico *Los mitos del turismo*, organizado por el sociólogo catalán Francisco Jurdao Arrones, que afirma que el turismo en España significó la enajenación de la tierra y que los turistas son invasores sin ejército. (cf. Jurdao Arrones, 1992). Erisman, de Vries, Vera-Rebollo, Britton y Crick son algunos de los autores que participaron de este compendio,

Más prudente en el análisis son los trabajos publicados en el clásico *Anfitriones e invitados (Hosts and Guests)* organizado por Valene Smith, de la Universidad de Pennsylvania. (Smith, 1989) donde estudios de Swain, Urbanowics, McKean, Crystal, Pi-Sunyer, Peck, Lepie, Deitch, Loeb e Stanton, discuten los impactos del turismo y los relativizan en función de otros factores de aculturación.

Estudios más específicos de los impactos de ciertas formas de turismo, especialmente el cultural y el étnico, la descaracterización y comercialización de las culturas que provocan han sido objeto de estudios más recientes.

El trabajo de Kirshemblatt-Gimblett, (1998) tiene todas las condiciones para transformarse en un clásico sobre el tema. Otros trabajos interesantes son los de Chambers, (2000) y Lanfant, (1980), así como los de Boniface(1995), que propone estrategias para el manejo responsable del legado cultural. Murphy (1997), organizó el libro *Quality Management in Urban Tourism* con varios artículos que muestran la preocupación con el turismo cultural, entre los que pueden ser citados Nicholson, y el geógrafo Geoffrey Wall.

Todos estos trabajos, de inconmensurable valor científico, han sido, en su mayoría, realizados en países del tercer mundo (Caribe, Indonesia, Islas del Pacífico sur) o en ciudades pequeñas del primer mundo, (interior de España) donde la presencia de turistas es más visible o en comunidades bien definidas como tribus indígenas de Canadá o Estados Unidos y Nueva Zelanda. Pocos estudios han sido realizados en grandes conglomerados urbanos, ciudades, donde es muy difícil, desde el punto de vista metodológico, aislar comunidades específicas para verificar las consecuencias del turismo sobre ellas.

Tradiciones inventadas y ficciones orientadoras para consumo turístico

Muchos de los atractivos culturales han sido creados a partir de los vestigios históricos, otros, de tradiciones, algunas inventadas; otros, a partir de ficciones orientadoras.

La mayor parte de las tradiciones inventadas tiene un trasfondo histórico, algún referencial del pasado. El concepto de tradiciones inventadas se refiere a

prácticas, generalmente gobernadas por reglas tácita o explícitamente aceptadas y por un ritual de naturaleza simbólica, que busca inculcar ciertos valores y normas de comportamiento por repetición, lo que automáticamente implica continuidad con el pasado. (Hobsbawm, 2000, p. I)

Muchas de las ceremonias o de los rituales que hoy vemos como tradicionales no tienen un origen remoto que se pierda en el tiempo. Fueron creados en algún momento, hace cien o doscientos años, con una finalidad específica, como, por ejemplo, la de crear un espíritu regional. Fue el caso de los *kilts* escoceses, que

lejos de ser una vestimenta tradicional de las *Highlands* fue inventado por un inglés después de la unión de 1707 (Trevor-Roper, 2000, p.19)

También muchas de las tradiciones inventadas pasaron a ser atractivos turísticos, como, por ejemplo, la ceremonia de cambio de guardia en el palacio de Buckingham (Londres) (cf. Canadine, 2000, p. 101-164)

Lo que ha sucedido en los últimos años, en el campo del turismo, es que se han inventado tradiciones que no tienen referentes en el pasado y cuya única función ha sido la de servir como atractivos turísticos “culturales”. En realidad, son atractivos artificiales, ya que no se apoyan en una historia verídica.

También el turismo ha apelado a ficciones orientadoras para construir sus atractivos. Este concepto se ha utilizado vinculado a la idea de nacionalismo. Se trata de un conjunto de piezas literarias o historiográficas que contribuyen para crear una determinada identidad

creaciones tan artificiales como ficciones literarias...necesarias para darle a los individuos un sentimiento de nación, comunidad, identidad colectiva y un destino común nacional (Shumway, 1993:13).

Si las identidades han sido forjadas con tradiciones inventadas y ficciones orientadoras sin respaldo histórico y cultural, solo se puede tener como resultado, propuestas desarticuladas con los supuestos portadores de una determinada identidad étnica.

Turismo étnico: algunas discusiones

Se puede afirmar que hay pocos estudios que analicen este nuevo tipo de turismo cultural, el turismo étnico que ha surgido recientemente. Este tipo de turismo tiene como principal atractivo la forma de vida y las tradiciones de determinados grupos humanos unificados por una misma raíz étnica. Puede ser practicado en lugares donde las etnias han vivido siempre, como es el caso de grupos indígenas en las Américas (del Norte, Central y del Sur), tribus de los diferentes países del continente africano, o en lugares donde las etnias no son nativas, sino que fueron transplantadas en algún momento de la historia, que es lo que ha sucedido en América del Sur, más específicamente en la zona conocida como Cuenca del Plata, región aledaña al Río de la Plata, que congrega Uruguay, Argentina y sur de Brasil.

En muchos de estos lugares, la revitalización de tradiciones, usos y costumbres de los colonos partió de iniciativas de miembros de la comunidad que vieron el turismo como una posibilidad de compartir y mostrar su cultura a los demás y es en estos lugares donde el turismo étnico ha tenido más éxito.

Uno de los grandes antropólogos brasileños, Darcy Ribeiro, clasificó los pueblos de América del Sur en pueblos testigos (los que siempre vivieron en estas tierras), pueblos nuevos (los que surgen del mestizaje entre colonizadores y nativos) y pueblos transplantados, que son aquellos grandes contingentes humanos que llegaron a final del siglo XIX y después durante la Segunda Guerra Mundial, sobrepasando en número a los habitantes.

[...] bloque contrastante es el de los pueblos transplantados que representa en las Américas tan solo la reproducción de humanidades y paisajes europeos [...] Argentina y Uruguay, invadidos por una onda extranjera que lanzó cuatro millones de

Europeos sobre un mero millón [...] (Ribeiro, 1997, p. 452)

Estos pueblos transplantados se constituyeron en colonias suizas, alemanas, polacas, japonesas, austríacas, tirolesas, galesas, rusas, italianas y otras más y es en los locales donde se establecieron estas colonias, que hoy son ciudades, que, en la actualidad, se proponen proyectos de turismo étnico.

Algunos descendientes de los primeros colonos aún mantienen muchos aspectos de la cultura de origen, que han inclusive desaparecido en los propios países de donde eran oriundos, como en el caso de algunos dialectos.

De cierta forma, estos grupos constituyen comunidades, por presentar rasgos comunes, aunque es preciso destacar que cuando se trata de sociedades complejas, solo se puede hablar de comunidades como abstracción conceptual. En realidad, se trata de comunidades imaginadas, constituidas por personas que ni se conocen presencialmente pero que comparten ciertos símbolos y su relación con ellos (cf. Anderson, 1991)

Cuando se habla de comunidades anfitrionas, se tiende a pensar en un grupo homogéneo e inmutable, como si entre sus miembros no hubiera jerarquías, clases sociales, divergencias político-ideológicas, de intereses, luchas de poder y otras diferencias más.

Pero las comunidades raramente son homogéneas y sus características cambian con el pasar del tiempo.

El término comunidad define más una abstracción conceptual que un conjunto de seres reales y se puede apoyar en algunos aspectos, como por ejemplo en un cierto patrón de comportamiento que refleja una determinada mentalidad, una serie de atributos culturales compartidos que se traducen en aspectos visibles como lenguaje, vestimenta, culinaria, festividades, tipo de vivienda y estilo de vida y en “aspectos ocultos como creencias, ética y actitudes” (Pearce *et al* apud Singh, 2003, p. 9).

En el campo del turismo, muchas comunidades imaginadas han sido recreadas, o inventadas y su cultura vendida como producto.

Todo esto es empaquetado, mercantilizado y comercializado por los intermediarios como “color local”. La vida

cotidiana de los residentes puede incluir [...] desde recursos básicos como el agua hasta el lugar sagrado [...] (Boyd e Singh, 2003, p. 24)

Las discusiones sobre turismo étnico, dentro y fuera de la academia, siguieron el modelo de las discusiones citadas en la primera parte de este trabajo: la autenticidad y los impactos.

Sobre el tema de la autenticidad, para algunos, autenticidad significa continuar con los mismos rituales, las mismas costumbres, las mismas herramientas y el mismo lenguaje de los ancestros que llegaron en el siglo XIX. Autenticidad es sinónimo de congelamiento.

Sobre el tema de los impactos, el advenimiento de los turistas siempre provoca deseo de modernización, con lo cual las comunidades “se descaracterizan”. La señora del pescador compra máquina de lavar ropas, el hijo del cacique compra celular, la nieta de la *oma* usa pantalón vaquero en lugar de traje de tirolesa. Para algunos, estas son transgresiones producto de un proceso de aculturación. Nuevamente, la alternativa es el congelamiento.

El turismo étnico presupone una población dispuesta a ser, ella misma, el atractivo turístico, lo que lleva a preguntarse muchas más cosas inclusive en el terreno de los derechos humanos y de la ética.

Desde el punto de vista ético, la primera pregunta es cual el límite de lo que puede ser turistificable en una “comunidad”. Cabe aquí la aplicación de la dicotomía sagrado/profano entre lo que debe permanecer en la esfera de lo privado y lo que puede ser transformado en espectáculo público.

La segunda, hasta que punto tienen derecho los promotores de negocios turísticos de decidir que un determinado grupo humano debe permanecer congelado en una determinada etapa tecnológica para propiciar un remanso de fuga del presente y su deshumanización y desnaturalización.

Otra pregunta es como se forma la identidad de determinado grupo humano, cuales los elementos que deben ser tomados en cuenta, si se deben continuar inventando tradiciones y ficciones orientadoras o se debe apelar a la investigación de la historia y considerar la memoria colectiva.

La cuarta, como conciliar la preservación del patrimonio de una determinada comunidad étnica con los intereses económicos y comerciales de la sociedad más amplia en que esa comunidad está inserta.

Memoria e historia en la formación de la identidad

La identidad puede ser definida como “el proceso de construcción de significado en base a un atributo cultural o a un conjunto de atributos culturales interrelacionados, que prevalecen sobre otras fuentes de significado” (Castells, 2000, p. 22)

El concepto de identidad ha cambiado al cabo de los siglos, así como la forma en que las ciencias ven al sujeto portador de la misma. El sentido tradicional de identidad presupone unidad, homogeneidad interna, y, en algunos casos, la existencia de un "yo" igual y estable al cabo de los años.

Desde la óptica post moderna, el sujeto posee una identidad predominante que coexiste con otras que se manifiestan en función de factores diversos, externos a él o internos y que muchas veces se confunden, equivocadamente con los papeles sociales del individuo. Para cumplir estos papeles, no tiene un comportamiento ni una postura siempre iguales a lo largo de su vida ni en todas las circunstancias.

el proceso de identificación a través del cual nos proyectamos en nuestras identidades culturales se ha hecho más provisorio, variable y problemático [...] la identidad ...es transformada continuamente de acuerdo a las maneras en que somos representados y tratados en los sistemas culturales que nos rodean (Hall, 1995:12-13)

La identidad no es algo dado ni algo que pueda ser impuesto; se construye y se internaliza en torno de significados “con aportes de la historia, geografía, biología, instituciones productivas y reproductivas, memoria colectiva y fantasías personales” (Castells, 2000, p. 23)

La historia y la memoria colectiva tienen una gran importancia en la formación de la identidad del individuo, o sea, decirle de donde viene, mostrarle sus raíces, sus iguales y sus desiguales, ayudarlo a construir la diferencia. Esto

servirá para que el individuo no solo sepa quien es, sino para que, sabiéndolo, se instrumentalice para construir su futuro.

Será utilizada aquí la diferenciación conceptual de Halbwachs entre memoria histórica y memoria social o colectiva.

Por memoria histórica se entiende la secuencia de eventos cuyo recuerdo la historia nacional conserva; [...] esos no son los cuadros que representan lo esencial de lo que llamamos memoria colectiva [...] (Halbwachs, 1968, p. 67-68)

Ya la memoria colectiva es una reconstrucción desordenada, donde se mezclan los recuerdos de los diversos miembros de un grupo social. Por los propios mecanismos fisiológicos del funcionamiento del cerebro, la memoria no registrada ni sistematizada suele mezclar algunos hechos y descartar otros. La memoria social, o colectiva está formada por las memorias individuales pero no es apenas la suma de estas.

[...] esa reconstrucción se opera siguiendo las líneas ya marcadas y diseñadas por nuestros otros recuerdos o por los recuerdos de los otros. [...] es por eso que cuando recorremos los viejos barrios de una ciudad sentimos una satisfacción particular [...] Hay sensaciones nuevas pero que nos parecen familiares porque se juntan con nuestras impresiones y se apoderan del recuerdo. (Halbwachs, 1968, p. 65-66)

La historia se coloca por encima de los grupos y coloca divisiones simples con finalidad didáctica, una esquematización que no refleja la realidad vivida. La memoria colectiva, al contrario, no tiene líneas que la separen, apenas límites irregulares e inciertos. La memoria de una sociedad se extiende hasta donde se extiende la memoria de los grupos que la componen. Por ello, hay memorias que se pierden cuando los portadores desaparecen. El historiador tiene que ser lo más

imparcial posible, mientras que la memoria social es selectiva (cf. Halbwachs, 1968, p. 70-74)

Por todo ello, la identidad precisa del aporte tanto de la historia como de la memoria. La memoria trae datos cargados de afectividad, subjetividad y se confunde con el presente. La historia registra y esquematiza, ordenando. La historia trae, generalmente, la versión oficial o del grupo en el poder, y precisa del aporte de la memoria para equilibrar con la versión de los vencidos.

Los bienes declarados patrimonio

Un bien puede ser declarado patrimonio porque sus dueños así lo quieren, o porque la comunidad así lo desea. Lo que se ha observado de forma generalizada en Brasil, por ejemplo, es que los bienes son declarados patrimonio por decreto, sin que haya consulta a los supuestos herederos de ese legado y sin que se escuchen sus protestas por esta declaración que significa pérdidas en el plano económico en función, fundamentalmente, de la especulación inmobiliaria, seguida de lo que llamaremos “ideología de la modernización”, por la cual se valoriza la renovación, la substitución de bienes antiguos por bienes nuevos, de preferencia importados o copiados de Estados Unidos.

La preservación del patrimonio, no obstante es importante para valorizar el pasado, que es el ancla que nos permite saber de donde vinimos. El patrimonio material hace parte de la memoria colectiva que permite que los individuos se identifiquen con su sociedad.

La destrucción del patrimonio significa la destrucción de los vestigios de tiempos anteriores. Significa soltar el ancla.

Pero, por otro lado, hay peculiaridades que precisan ser estudiadas, como las leyes de cada país.

Solo como ejemplo, en Brasil, la Constitución Federal, no Art. 216, § 1 determina que:

El Poder Público, con la colaboración de la comunidad, promoverá y protegerá el patrimonio cultural brasileiro, por medio de inventarios, registros, vigilancia, *tombamento* (registro) y expropiación, y de otras formas de cuidado y preservación

Dependiendo de la interpretación, el poder público tiene la facultad de decidir que, cuando y como preservar, pudiendo, inclusive, exigir la colaboración de la comunidad, que, paradójicamente, muchas veces no es consultada.

Esta elección arbitraria de bienes de valor histórico acaba perjudicando a los propietarios, ya que la idea de preservación no está presente en el imaginario social. Cuando el bien que pasa a la categoría de patrimonio es un bien inmueble, pierde valor inmediatamente, lo que atenta contra el derecho a la propiedad, que hace parte del aspecto civil de la ciudadanía².

Si bien que las primeras propiedades que fueron declaradas de valor histórico pertenecían a la elite económica, en la actualidad han sido declaradas de valor histórico propiedades de la clase media, lo que ha ocasionado no pocas protestas, porque la responsabilidad por el restauro queda en sus manos y muchas veces no tienen recursos para tal.

Modelos para el turismo étnico en pueblos transplantados

Hay dos formas de turismo étnico. Uno es el que no está planificado, que no tiene el consentimiento de gran parte de la comunidad y que surge del interés comercial de los que abordan el turismo como negocio. Este tipo de turismo étnico puede llegar a invadir la esfera de lo no comercializable, los rituales, la intimidad, transformando las personas de determinada etnia en zoológicos humanos.

Hay una segunda forma de promover turismo étnico que es cuando la comunidad se compromete en un proyecto de revitalización de su cultura, y con la ayuda de la historia y la memoria afirma su identidad. Decide así lo que quiere preservar y mostrar, con autodeterminación. Puede apelar o no al auxilio de técnicos. Muchas veces hay factores que pueden interferir, constituyéndose en fuerzas contrarias. Uno de ellos es la mentalidad “modernizadora” donde predomina la idea de desechar lo antiguo, destruyéndolo; otro, la especulación inmobiliaria (normalmente asociada a lo primero)..

Para contrarrestar el efecto de estas dos fuerzas, caben políticas públicas que permitan viabilizar económicamente los proyectos preservacionistas

² Se trabaja aquí con el concepto de Marshall (1967, p. 63), que analiza la ciudadanía bajo tres aspectos: civil, social y político.

En muchos pueblos transplantados la identidad se forja a partir del estado y de las instituciones oficiales, por la fuerza o por la coacción. No obstante la internalización de una identidad así formada solo puede ser posible si no es forjada contra la historia y la memoria. Puede haber, también, hechos históricos que hagan con que las personas quieran destruir los vestigios del pasado porque les recuerdan algo que quieren olvidar. En estos casos las políticas públicas pueden estar orientadas a elaborar proyectos educativos con la sociedad, que ayuden a superar los traumas del pasado.

En el turismo étnico el estado tiene que actuar como regulador de las relaciones entre las esferas pública y privada y los asesores técnico-científicos tienen que equilibrar los diferentes intereses de los diferentes segmentos de la comunidad anfitriona y de su relación con los turistas.

Al ayudar en la planificación del turismo étnico, deben tomar como principio, inherente a los derechos humanos que, en primer lugar, son los miembros esa comunidad que deben decidir si quieren o no una economía basada en el turismo. También son ellos que deben delimitar qué parte de la cultura será mostrada y qué parte permanecerá en el ámbito privado (o sagrado).

Consecuencia obvia de lo anterior es que los miembros de esa comunidad deben decidir si quieren ser, ellos mismos, el atractivo.

Es posible que el turismo étnico deba limitarse a la oferta de patrimonio construido (edificios, monumentos), manifestaciones artísticas y museos que muestren como fue el cotidiano de las colonias en épocas pretéritas, pues el congelamiento de las poblaciones en un pasado que no existe más, para consumo turístico, así como la exposición de lo cotidiano, llevan a la zoologización de grupos humanos.

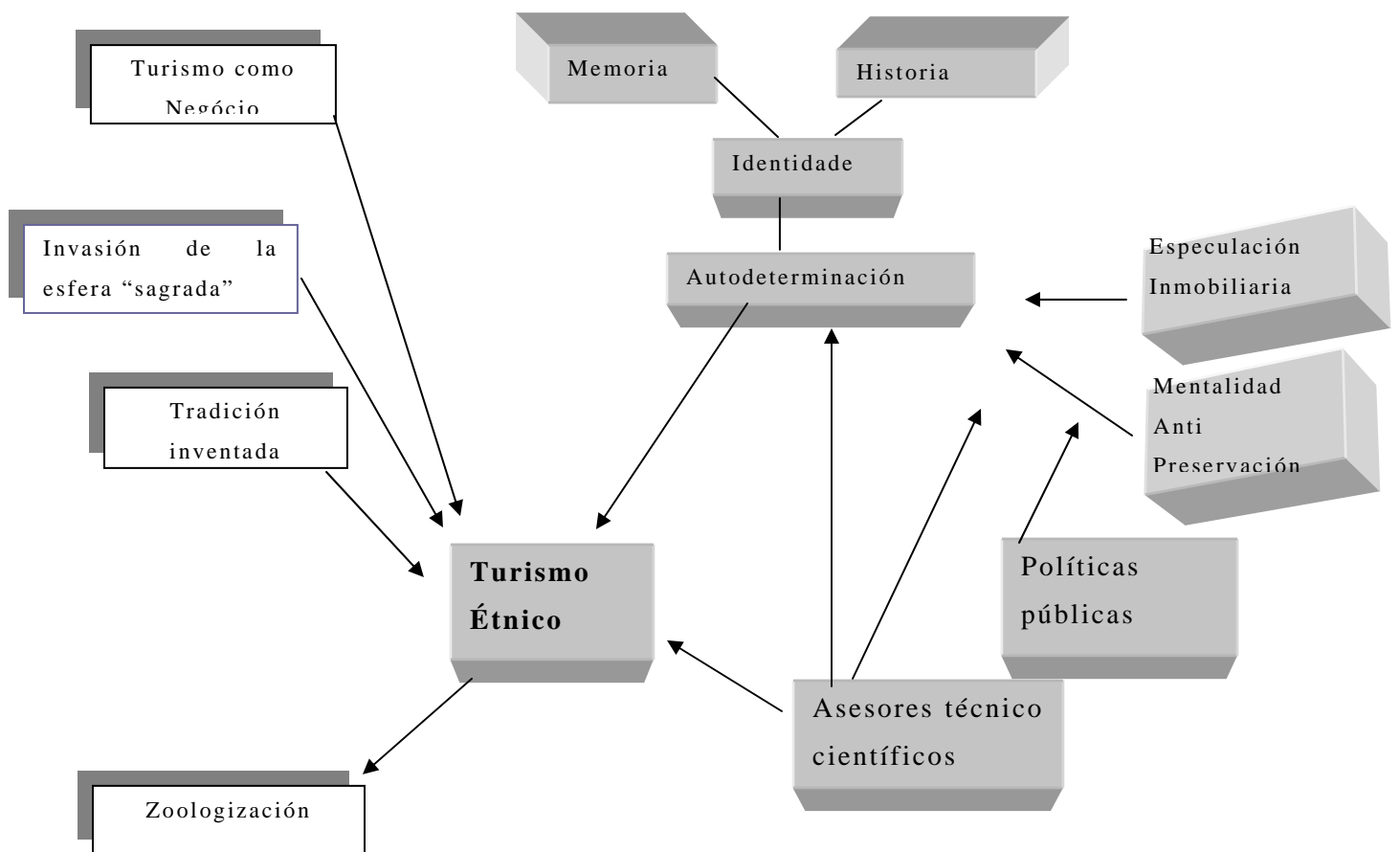
La elección de los bienes que serán declarados patrimonio, no obstante, no puede ser realizada de forma arbitraria por el poder público. Al mismo tiempo, el poder público no puede dejar que el patrimonio sea destruido en función de los intereses de los especuladores del suelo y en función de la propaganda que lleva a la substitución permanente de bienes. Así, la consulta a la comunidad se presenta como condición necesaria pero no suficiente. El poder público debe regular el tema, así como los asesores técnicos.

La invención de tradiciones en si no es condenable, porque toda tradición, como vimos, es más o menos inventada; lo que sí es condenable es la invención

de una historia, la deturpación del pasado, para fundamentar una falsa tradición que es apenas una mercadería para consumo turístico.

Se precisa la intervención de técnicos y educadores que consigan investigar cuales son los bienes que la comunidad valoriza y por qué y cuales son aquellos que no quieren conservar. Si la razón está en hechos del pasado que se quieren olvidar quizás sea el caso no partir para el turismo y sí para un trabajo social, de elaboración de ese pasado para que los hechos que duelen aún, no se repitan en el futuro.

Quadro 1- Modelo teórico de planificación de turismo étnico



REFERENCIAS

ANDERSON, Benedict. *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso, 1991

BONIFACE, Pricilla. *Managing quality cultural tourism (heritage, care preservation and management)*. London: Rutledge, 1995.

BOYD, Stephen & SHINGH, Shalini. Destination communities: structure, resources and types. In SINGH, Shalini, THIMOTHY, Dallen e DOWLING, Ross. *Tourism and destination communities*. CAB International. 2003, pp. 19-33

BURNS, Peter. *Turismo e Antropologia: uma introdução*. São Paulo: Chronos, 2002.

CANNADINE, David. Performance and Meaning of Ritual: The British Monarchy and the Invention of Tradition c 1820-1977. In: Eric Hobsbawm e Terence Ranger (eds). *The invention of tradition*. 2000, pp. 101-164

CASTELLS, Manuel. *A era da informação: Economia, Sociedade e Cultura*. Vol II. O poder da identidade. São Paulo: Paz e Terra, 2ª. Ed., 2000.

COHEN, Erik. A phenomenology of tourist types, *Sociology*, 13, p. 179-201.

_____. Authenticity, Equity and Sustainability in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 2002, Vol 10, nº 4 pp. 267-276.

CHAMBERS, Erve. *Native tours: the anthropology of travel and tourism*. Illinois, Waveland Press. 2000.

GRABURN, Nelson. (Org.) *The anthropology of tourism. Annals of tourism research*, Special issue. Vol. 10, nº 1, 1983.

GRABURN, Nelson e JAFARI, Jafar (Org.). *Tourism social science. Annals of tourism research*. Special Issue, Vol. 18, nº 1, 1991.

HALBWAHCS, Maurice. *La mémoire collective*. Paris: Press Universitaire Française, 1968

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editores, 5ª. Ed., 2001.

HOBBSAWM, Eric. Introduction: Inventing Traditions. In: Eric Hobsbawm e Terence Ranger (eds). *The invention of tradition*. 2000, p 1-14

JURDAO ARRONES, Francisco. (Org.). *Los mitos del turismo*, Madrid: Endymion, 1992.

KIRSHENBLATT- GIMBLETT, Karen. *Destination Culture: Tourism, museums and heritage*. Berkeley: University of California Press, 1998.

LANFANT, Marie-Françoise. Introduction: tourism in the process of internationalization. *International Social Sciences Journal*, Vol. XXXII, n° 1, 1980, p. 14-43.

LASH, Scott e URRY, John. *Economies of sign and space*. London: Sage, 1994.

MacCANNEL, Dean. *The tourist: A new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press, 1999.

MARSHALL, T.H.- *Cidadania, classe social e status*, R.J., Zahar, 1967.

MUNT, Ian. The other post-modern tourism: culture, travel and the new middle class. *Theory, culture and society*, vol. 11, n° 3, p. 101-123

MURPHY, Peter. (Ed.). *Quality management in urban tourism*. Chichester: John Willey and sons Ltd. 1997.

NASH, Dennison. *Anthropology of tourism*. Oxford: Pergamon, 1996.

NUÑEZ, Theron. Towards a theory of tourism. In: SMITH, Valene *Hosts and Guests The anthropology of Tourism*. (Org.). University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1989, p. 265-280.

PEARCE, Phillip, MOSCARDO, Gianna e ROSS, Glenn. *Understanding and managing the tourism-community relationship*. New York: Pergamon. 1996.

RIAL, Carmen. *Mar de dentro: a transformação do espaço na Lagoa da Conceição*. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social. Florianópolis: UFSC, 1988.

RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro. A formação e o sentido do Brasil. São Paulo. Companhia das Letras, 1995 reimpressão 1997.

ROJEK, Chris e URRY, John. (Org.). *Touring Cultures*, London: Rutledge, 1997.

SANTANA TALAVERA, Agustín. Antropología y turismo ¿nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona: Ariel, 1997.

SHUMWAY, Nicholas. La invención de la Argentina. Historia de una idea. Buenos Aires: Emecé, 1993.

SINGH, Shalini, THIMOTHY, Dallen e DOWLING, Ross. Tourism and destination communities. CAB International. 2003. Cap I, pp. 5-17

TREVOR- ROPER, Hug. The Invention of Tradicion: The Highland Tradition of Scotland. In: In: Eric Hobsbawm e Terence Ranger (eds). The invention of tradition. 2000, pp. 15-43.

TURNER, Louis e ASH, John. *La horda dorada: el turismo internacional y la periferia del placer*, Madrid: Endymion. 1991 (original The golden hordes)

URBANOWICZ, Charles F. Tourism in Tonga Revisited: continued troubles times? In: SMITH, Valene (Eds.) *Host and Guests: the anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989, p. 105-118.

URRY, John. *Consuming Places.*, London: Rutledge, 1995.

_____ *The tourist gaze*. London, Sage, 1990.

BIBLIOGRAFIA;

ARNAIZ BURNE, S. M.- Desarrollo Turístico y medioambiente en el Caribe Continental, in *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol 5 n. 2, Abril 1996, pp.147-163.

BANDUCCI Jr., Alvaro. Turismo e antropologia no Brasil: estudo preliminar. In BANDUCCI Jr., Álvaro BARRETTO, Margarita. (Org.). *Turismo e Identidade Local*. Campinas:Papirus, 2001.

BARRETTO, Margarita *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*, Campinas: Papirus, , 13ª ed. revisada e atualizada, 2003.

_____ As ciências sociais aplicadas ao turismo. In: SERRANO; Célia. BRUHNS, Heloísa. T. e LUCHIARI, M. Tereza. (Org.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. Campinas: Papirus, 2000, p. 17-36.

BRANDÃO, Carlos R. *Identidade e etnia*. São Paulo: Brasiliense, 1986

DANN, Graham. Predisposition toward alternative forms of tourism among tourists visiting Barbados: some preliminary observations. In: SMITH, V. e EADINGTON, W. R. (Eds.) *Tourism Alternatives, potential and problems in the development of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1992, p. 158-179.

ESTUDIOS Y PERSPECTIVAS EN TURISMO. Antropología y Turismo en Brasil. Número especial. Vol. 11, nº 1 y 2, 2002.

FARIÑA RODRÍGUEZ, Pilar. Impactos culturales en un área periférica al turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*. Vol 3, n° 3, 1994, p. 214-222.

FARREL, Bryan. Tourism as an element in sustainable development: Hana, Maui. In: SMITH, Valene and EADINGTON, William. (Eds.). *Tourism alternatives: potential and problems in the development of tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1992, p. 115-132.

KNEBEL, Hans Joachim. Sociología del turismo: cambios estructurales en el turismo. Barcelona: Hispano Europea, 1974.

KRIPPENDORF, Jost. Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo, Aleph, 2001.

LAGO, Mara. *Memória de uma comunidade que se transforma: Canasvieiras*. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social. Florianópolis: UFSC. 1983.

MOLINA, Sergio y RODRÍGUEZ ABITIA, Sergio. *Planificación integral del turismo*. México: Trillas, 1985.

MORALES, B. T.- El Turismo en Dominicana, ¿realidad o mito? in *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 2, n. 4, Octubre 1993, pp. 359-364.

SERRANO, Célia M. LUCHIARI, M. Tereza D.P. e BRUHNS, Heloísa T. *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. Campinas: Papirus, 2000.

SELWYN, Tom. Post graduate studies in sociology and anthropology of tourism. *Annals of tourism research*. Vol 17, n° 4, 1990, p. 637-638.

STEIL, Carlos A. O turismo como objeto de estudo no campo das ciências sociais. In: RIEDL, Mario, ALMEIDA, Joaquim e VIANNA, Andyara. *Turismo rural: tendências e sustentabilidade*. Santa Cruz do Sul, Edunisc, 2002.

STRINGER, Peter F. (Org.). The social psychology of tourism. *Annals of tourism research*. Special issue. Vol. 11, n° 1, 1984.