

LA MOVILIZACIÓN DE LO ÉTNICO EN LAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS DEL DELTA DEL PARNAÍBA (BRASIL)

Claudio Milano

*Doctor en Antropología Social y Cultural,
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)
claudiomilanouab@gmail.com*

Diversos científicos sociales han definido el turismo como una forma de imperialismo (Nash, 1989), como colonización (Buades, 2006; Canestrini, 2009), como una globalización invisible (Buades, 2012), como nueva colonización (Blázquez y Cañada, 2011), o comparando la movilidad de los turistas en masa con hordas doradas en la edad del ocio (Turner y Ash, 1991). Si bien Nash y Smith (1991) afirman que, obviamente, estas perspectivas varían en toda la gama de procesos de interés turístico, estas visiones sobre el fenómeno turístico parecen ser algo que los investigadores del turismo deben tener en cuenta de forma constante.

Aunque podemos convenir que, muy a menudo, los sistemas turísticos globales están orientados a las necesidades de los turistas de los países «desarrollados» (Burns, 2008), el estudio antropológico del turismo ha cambiado considerablemente en el último par de décadas. Para poder ir más allá de una comprensión parcial, la complejidad del fenómeno turístico requiere una perspectiva relacional más amplia sobre la multitud de actores y fuerzas implicados en el turismo como fenómeno transnacional (Onghena y Milano, 2015). Erve Chambers (2005) afirma que el enfoque se trasladó desde una perspectiva que tiende a ver el turismo como enormemente negativo –si no colonialista–, es decir, como una intrusión en las comunidades de acogida en gran parte consideradas pasivas, a una perspectiva más equilibrada que ha comenzado a reconocer la naturaleza compleja y generalizada de las prácticas turísticas, las convenciones y la agencia de la hospitalidad, así como las múltiples y a veces conflictivas formas en que el turismo es mediado por los intereses de una multitud de actores. Paralelamente, Leite y Graburn (2009) señalan que los antropólogos que realizan investigaciones relacionadas con el turismo, tanto a nivel profesional como intelectual, orientan su trabajo hacia las audiencias disciplinarias centradas en otros temas. Los autores señalan una divergencia en los últimos años entre los antropólogos que realizan investigaciones sobre el turismo. Hay, según ellos, quienes se dedican principalmente al estudio interdisciplinario del turismo, centrándose en revistas y conferencias específicas de investigación turística. Estos antropólogos se identifican a sí mismos con la «antropología del turismo», carente de diálogo con la investigación antropológica publi-

La antropología social comenzó a interesarse por el turismo a partir de la década de los setenta, cuando vio penetrar a los turistas en sus lugares etnográficos

cada y presentada en otros contextos. Otros publican en su totalidad en espacios antropológicos y parecen no darse cuenta de la existencia de estudios interdisciplinarios sobre turismo. Otro dualismo viene expuesto por Amanda Stronza (2001), quien señala que una parte de la literatura sobre turismo se centra en la comprensión de los orígenes del turismo, mientras que la otra analiza los impactos del mismo. Ambos enfoques cuentan solo la mitad de la historia, considerando que la primera tiende a centrarse en los turistas y la segunda en los anfitriones.

El turismo no puede ser considerado un fenómeno trivial (Turner y Ash, 1991) ya que la movilidad humana es compleja, variada y múltiple. Tras las grandes guerras y la revolución de transporte, se han producido nuevas movilidades. Además, la globalización del capital ha dado lugar a una expansión de la riqueza económica en muchos países, proporcionando un mayor número de personas con medios para participar regularmente en el turismo recreativo (Chambers, 2009). Para Tim Cresswell (2006), caminar, conducir, ir a casa, ir de vacaciones, emigrar, viajar, explorar o asistir a conferencias son todas formas de movilidad, pero solo raramente han entrado en la órbita de la investigación social y cultural. Dentro de este marco, la movilidad turística ha pasado de ser una actividad exclusiva de la clase ociosa (MacCannell, 2003) a un fenómeno que abarca múltiples prácticas y movilidades turísticas.

El concepto de «turismo» opera de diferentes maneras: como una descripción de la actividad de ocio, como un negocio global consumido a nivel local y como condición de la posmodernidad. El turismo como tema de análisis se propone para dar sentido teórico a las múltiples culturas móviles (Burns, 2008). Estas culturas móviles se han caracterizado por ingentes cambios geopolíticos, económicos y socioculturales, como también estructurales si pensamos en el mundo de los transportes. Estos últimos, para Turner y Ash (1991), han transformado la geografía del mundo social desde el siglo XIX. Primero fue el ferrocarril, que abrió continentes enteros al transporte de alimentos y materiales favoreciendo el florecimiento de las grandes ciudades del siglo XIX. Después, los barcos de vapor permitieron que los imperios crecieran, se extendieran por todo el planeta y transportaran personas y mercancías entre los centros y las colonias periféricas. El automóvil inició la descentralización al proporcionar savia nueva a las ciudades mediante el desarrollo de amplios suburbios. Por último, el avión, al existir íntimamente vinculado a una creciente opulencia, dio lugar al nacimiento de toda una nueva tribu: la de los turistas en masa.

La clave de la evolución del turismo fue la relativamente nueva disponibilidad de nuevos tipos de tecnologías de la movilidad que hizo que el viaje fuera más cómodo (Onghena y Milano, 2015). Ahora bien, los estudios de movilidad –incluyendo el turismo–, por su naturaleza resbaladiza e intangible, han sido un objeto de estudio de difícil alcance (Cresswell, 2006). En la misma línea, la antropología social comenzó a interesarse por el turismo a partir de la década de los setenta, cuando vio penetrar a los turistas en sus lugares etnográficos. Con la accesibilidad del transporte aéreo, que provocó una rápida expansión del sector turístico, los antropólogos se encontraron ante un nuevo objeto de estudio: el turismo (Milano, 2013). Con el paso del tiempo, la gama de procesos de interés turístico se ha ido diversificando y actualizando a las especificidades de las sociedades contemporáneas. Paralelamente al

turismo corporativo –que incluye el turismo de masas, el turismo residencial, las *lobby* hoteleras, etc.–, otras tipologías de turismo se han inscrito en la agenda de la promoción turística transnacional.

La industria turística conquista constantemente nuevos espacios e incorpora nuevas atracciones a su oferta habitual y masiva para responder a las nuevas tendencias de la demanda mundial (Maldonado, 2009). De acuerdo con Silvia Rivera Cusicanqui (2010), a nivel latinoamericano, las masivas protestas contra las medidas neoliberales en Venezuela (1989), México (1994), Bolivia (2000-2005) y Argentina (2002) alertaron a la tecnocracia sobre la necesidad de «humanizar el ajuste». El corolario fue un multiculturalismo ornamental y simbólico, con fórmulas como el «etno-turismo» y el «eco-turismo», que ponían en juego la teatralización de la condición «originaria» anclada en el pasado e incapaz de conducir su propio destino. La teatralización de la condición «originaria» pone de manifiesto cómo «el turismo ocupa el espacio que separa lo primitivo y lo moderno, colocando por lo general a los pueblos modernizados y primitivos cara a cara y en interacción directa mediante el inglés intercultural y otras lenguas empleadas como lengua franca» (MacCannell, 2007: 27).

Según Stronza (2001), a principios de la década de 2000 se registró un cambio de rumbo en los estudios antropológicos sobre el fenómeno turístico cuando prosperó una gran producción científica sobre propuestas alternativas de turismo. Estas nuevas propuestas son consideradas por Santana Talavera como «definiciones revisadas» de tipos de turismo (2002) y pueden ser agrupadas bajo la locución «nuevos turismos» (ibídem, 2003). Estas aparecen desde finales de la década de los ochenta propiciadas en su conjunto por las nuevas condiciones y exigencias del mercado de competitividad, flexibilidad y segmentación, y se presentan como «una forma diferente de practicar el turismo» basada en la experiencia satisfactoria de los clientes de lo «auténtico» de la naturaleza, la cultura o la gente, o de una combinación de las mismas (ibídem). Estas nuevas formas de turismo responden a la necesidad de repensar la actividad turística «culturizando» y «naturalizando» los destinos tradicionales (reconversión turística), así como generando nuevos destinos (ampliación de mercado) (Valcuende del Río y De la Cruz, 2009). Paralelamente, podríamos definir las también como formas turísticas de consumo posfordista (Urry, 1990). Aunque, en realidad, las formas de producción/consumo del turismo posfordista coexisten con las modalidades propias del turismo fordista. Según Marchena Gómez (1994), aunque la industria fordista sigue copando la mayor cuota de mercado en productos y servicios convencionales, el aumento del consumo de tiempo de ocio está favoreciendo los desplazamientos turísticos con productos más a la carta.

La producción/consumo de propuestas de nuevos turismos o turismos posfordistas puede considerarse bajo el lema de «turismo sostenible» que, según Smith y Brent (2001), representa una construcción cultural o un conjunto de ideas inspiradas en el discurso del turismo ecológico o *green tourism*. Además, el desarrollo del turismo sostenible ha sido acuñado para asegurar que la conservación del medio ambiente acompañe el crecimiento o el cambio del turismo (ibídem). Al asociar propuestas alternativas de turismo a la conservación del medio ambiente –el paradigma «eco» asociado al turismo–, el ecoturismo surge en Estados

Actualmente, la fórmula «eco» asociada al turismo tiene múltiples significaciones simbólicas y se asocia a una variedad de denominaciones: turismo étnico, turismo de naturaleza, turismo de aventura, turismo comunitario, etc.

Unidos y en Europa durante la década de los ochenta como un concepto híbrido, en un momento en el que la «sostenibilidad» se convierte en un asunto en boga que generaba gran preocupación (Johnston, 2006). El ecoturismo se presenta a los consumidores de la clase media occidental como premisa de la creencia de que el turismo podría ir mano a mano con la sostenibilidad, el respeto de las poblaciones indígenas y el entendimiento espiritual de la naturaleza (ibídem). Además parece que los promotores de propuestas con un aura ecológica y con el prefijo «eco» adhieren a una razón ecológica incuestionable (Prado, 2003). Actualmente, la fórmula «eco» asociada al turismo tiene múltiples significaciones simbólicas y se asocia a una variedad de denominaciones: turismo étnico, turismo de naturaleza, turismo de aventura, turismo comunitario, etc. Su denominación depende de las negociaciones entre demanda y oferta en el despliegue de la multitud de actores y en el marco de una lógica economicista. Sin duda se presenta una gran brecha entre la teoría y la práctica. La mercantilización de estos nuevos turismo hace de ellos los segmentos en auge de la industria turística transnacional. A menudo considerados como turismo de bajo impacto, de apoyo a las culturas locales y de sustento para la preservación de la naturaleza, no han estado exentos de tensiones entre la teoría y la práctica.

Los antropólogos se han aproximado al turismo en relación con una amplia gama de intereses antropológicos contemporáneos, entre ellos la etnicidad, la identidad local y la política global, el desarrollo, la desigualdad social, el género, la cultura material, la globalización, la diáspora, la experiencia vivida, el discurso, la representación y la cosificación y mercantilización de la cultura (Leite y Graburn, 2009). Este artículo delineará cómo el turismo étnico se negocia y promociona en el Delta del Parnaíba (Brasil). Sin embargo, la investigación sobre el turismo nos obliga a no ver la etnicidad como una categoría fija, dado que está sujeta a una negociación y renegociación continuas, y por ello influenciada por patrones cambiantes de poder y estatus. Estos, a su vez, son afectados por el desarrollo del turismo, pero la forma en que se ven afectados dependerá de circunstancias específicas (Salazar, 2006), que en el caso del Delta del Parnaíba se analizarán en el presente artículo.

En el presente artículo el turismo étnico se entiende, de acuerdo con Pereiro *et al.* (2012), vinculado a la creencia occidental de que son los pueblos indígenas los preservadores de valores humanos más auténticos y de que ellos están más próximos a la naturaleza y a un medio ambiente ya muy depredado en Occidente, generando de esta forma presencias turísticas para mercantilizar y tornar más exótica la cultura indígena. El turismo étnico adquiere un matiz diferente al registrarse la negociación mercantil y la búsqueda del «exotismo étnico». Este último, buscado por hordas de turistas, consiste en un atractivo turístico resultante de la frontera étnica que separa a los turistas de los nativos (Van den Berghe y Keyes, 1984). La industria internacional del entretenimiento se ha beneficiado de la tematización y comercialización de la «naturaleza» –cuyo producto ha sido el ecoturismo–; de igual manera, el siguiente paso de la lógica de mercado ha sido comercializar a los «salvajes», los supuestos habitantes de la naturaleza que conserva toda su belleza natural (MacCannell, 2007). La mercantilización de las actuaciones primitivas ante el público-turista se presenta como una simple forma cultural híbrida. Dichas actuaciones combinan tanto elementos «modernos» de

planificación racional y cálculo económico de interés propio, como indumentaria, armas, música, prácticas rituales y objetos «primitivos» que existían anteriormente fuera del alcance de la racionalidad económica (ibídem). En este proceso, el exotismo étnico asume un valor de producción/consumo en el mercado turístico, donde la base de este proceso es una negociación híbrida de representaciones simbólicas.

El turismo étnico genera lo que Isis Maria Cunha Lustosa (2012) llama «vector de identidad indígena y reelaboración étnica», o lo que MacCannell (2007) define como «reconstrucción de la etnicidad como mantenimiento y conservación de formas étnicas para la persuasión y entretenimiento no de otros grupos específicos, como ocurre con la etnicidad construida, sino de un “otro generalizado”». Para Rodrigo de Azeredo Grünewald (2003), estas formas reconstruidas se dan más o menos de manera automática en todos los grupos que entran en redes globales de transacciones comerciales. En el caso del turismo, estas transacciones se dan en lo que el autor llama una «arena turística», donde una comunidad étnica y una comunidad turística construyen una «comunidad etnoturística». Esta última está formada por *touree*¹, intermediarios y turistas. La arena, donde se lleva a cabo la «actuación primitiva» o donde lo primitivo es representado como forma muerta (MacCannell, 2007), y la complicidad entre platea y actores participan en la construcción de una experiencia auténtica y legítima de turismo étnico (Azeredo Grünewald, 2003).

La comercialización de lo «étnico» y del pasado «primitivo» se presenta en varias sociedades implicadas directa e indirectamente con el fenómeno turístico y donde se construye una marcada frontera étnica entre nativos y visitantes. En su etnografía con los masái en Tanzania, Salazar (2010) describe cómo su imagen en los medios de gran alcance, fuertemente estereotipada, se ha convertido en icono del tradicionalismo africano y símbolo involuntario de la resistencia a los valores modernistas (léase, inmovilidad social). La visión de un guerrero masái viril, vestido con mantas de colores rojizos y joyería de perlas, evoca la imagen romántica del buen salvaje –una atracción turística que no tiene precio–. Este imaginario se ha convertido en una potencial oportunidad de empleo y actualmente desempleados masái del interior del país siguen los circuitos turísticos y se instalan en los parques nacionales en el norte de Tanzania convirtiéndose en una atracción «performante» para los turistas. El componente performativo de las representaciones identitarias y étnicas es negociado y reproducido según lógicas de mercado y relacionadas con su valor económico. Sin embargo, así como los masái se desplazan hacia los circuitos turísticos para actuar como atractivo turístico, el componente performativo también se despliega sin que haya un desplazamiento. El espacio donde esto ocurre es denominado *touristic borderzone* por Edward Bruner (1996). La *touristic borderzone* es un escenario vacío en espera de una *performance* de nativos para un público de turistas. Los nativos también se mueven dentro y fuera de la *touristic borderzone*. Sin embargo, las percepciones de los dos grupos no son iguales, ya que para los turistas se trata de un espacio de ocio y exotización, y para los nativos un espacio de trabajo y renta.

En el actual debate sobre el estudio del turismo, Cohen y Cohen (2012) señalan que el estudio del fenómeno turístico tiene que apuntar hacia un nuevo enfoque teórico que aborde la performatividad. En los destinos y los atractivos turísticos se reiteran actos performativos –la santificación

La comercialización de lo «étnico» y del pasado «primitivo» se presenta en varias sociedades implicadas directa e indirectamente con el fenómeno turístico y donde se construye una marcada frontera étnica entre nativos y visitantes

1. El *touree* es un nativo convertido en actor. Es decir, el nativo se convierte en un *touree* al interpretar y modificar su comportamiento, de acuerdo a su percepción, en beneficio de lo que es atractivo para el turista. El *touree*, en definitiva, preserva una ilusión creíble de autenticidad. Él finge su arte, su forma de vestir, su música, su baile, su religión, y así sucesivamente para satisfacer la sed del turista étnico por la autenticidad, al mismo tiempo que el turista invade su cultura y la somete a los procesos de homogeneización y modernización (Van den Berghe y Keyes, 1984).

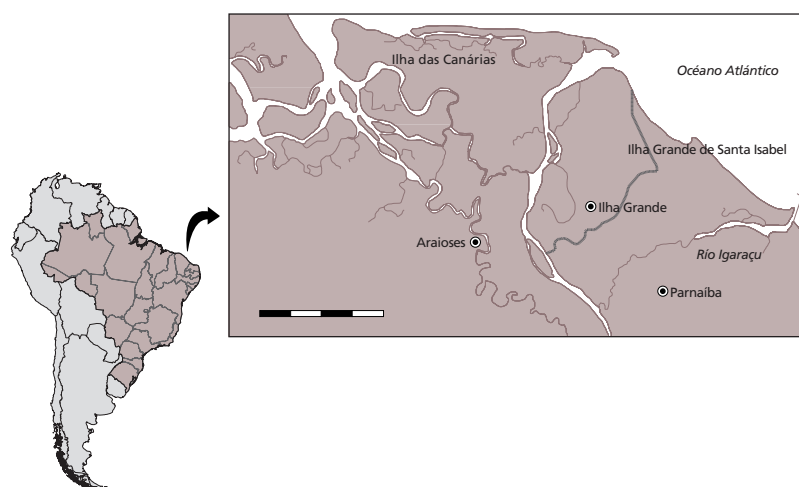
El Delta del Parnaíba, área litoral del nordeste brasileño, viene registrando desde mediados de la década de 2000 una energética promoción turístico/inmobiliaria del sector privado y de las políticas públicas del Gobierno Federal, que han favorecido la inserción del destino turístico «Delta do Parnaíba» en la agenda del turismo transnacional

de una localidad, la admiración de un sitio y la conmemoración de un evento—, que no son más que acumulaciones sedimentarias de tales actos. Los autores señalan también que la implicación de la perspectiva de la performatividad en las concepciones convencionales de «destinos» y «atractivo» no han sido suficientemente abordadas en los estudios de turismo contemporáneos.

El caso etnográfico que se va a detallar a continuación condensa y materializa las observaciones que se han abordado en relación con el estudio del fenómeno turístico y sus diferentes prácticas. El Delta del Parnaíba, área litoral del nordeste brasileño, viene registrando desde mediados de la década de 2000 una energética promoción turístico/inmobiliaria del sector privado y de las políticas públicas del Gobierno Federal, que han favorecido la inserción del destino turístico «Delta do Parnaíba» en la agenda del turismo transnacional. El destino turístico del Delta del Parnaíba, si bien no registra ingentes flujos turísticos comparado con otros estados brasileños (Milano, 2013), se caracteriza por combinar la oferta de turismo de sol y playa con nuevos turismos (que incluyen ofertas de ecoturismo, turismo de aventura y turismo étnico).

El Delta del Parnaíba empieza a formarse a 30 km del océano Atlántico, donde el río Parnaíba se bifurca en su lado derecho con el río Igarapé. Desde la desembocadura del río Igarapé hasta la desembocadura del río Tutoia, la distancia es de 90 kilómetros y, en su totalidad, el Delta del Parnaíba se extiende en una área de 2.700 kilómetros (Guzzi, 2012). El Delta del Parnaíba, en un área comprendida por el estado de Piauí y el estado de Maranhão, forma un conjunto de alrededor de 80 islas marinos/fluviales. La mayor y más poblada isla es la Ilha Grande de Santa Isabel, que da acceso al Delta y sus corredores fluviales. La Ilha Grande de Santa Isabel tiene una extensión de alrededor de 240 km² y representa el 35 por ciento del litoral piauiense. Bañada por el océano Atlántico y rodeada por un entorno fluvial, está dividida en dos municipios legislativos: el de Ilha Grande (122 km²) y el de Parnaíba (118 km²). La totalidad de la Ilha Grande de Santa Isabel cuenta con alrededor 16.745 habitantes (Comissão Ilha Ativa, 2012).

Figura 1. Mapa de la Ilha Grande de Santa Isabel



2. La línea de puntos en la figura 1 indica la frontera entre las dos municipalidades.

Fuente: Andrade *et al.*, 2014.

Algunos cambios infraestructurales determinaron el aumento demográfico y la transformación de la vida social y económica que han proyectado la realidad isleña como un destino turístico a desarrollar. En el año 1972 fue construido un puente que conecta el Porto das Barcas de la ciudad de Parnaíba con la otra orilla del río Iguaraçu y la Ilha Grande de Santa Isabel. La realización del puente que une la ciudad de Parnaíba con la Ilha Grande de Santa Isabel impulsó el fenómeno de urbanización que permitió convertir la isla y su puerto (Porto dos Tatus) en un punto de referencia para el transporte y el comercio fluvial de las sociedades deltaicas. Cabe señalar que en marzo de 2014 fue reabierto e inaugurado el aeropuerto internacional de Parnaíba Prefeito Dr. João Silva Filho.

El Delta del Parnaíba se caracteriza por ser una región extremadamente rica desde el punto de vista geomorfológico y ecológico, que registra la presencia de especies endémicas y una alta biodiversidad (Mattos, 2009). Por este motivo, ha sido incluido en dos unidades de conservación ambiental: el APA y la RESEX³. La región del Delta del Parnaíba muestra la mayor concentración y la más alta productividad de la especie de cangrejo uçá (*Ucides cordatus cordatus*) en Brasil, y se estima una captura anual de aproximadamente 21 millones de cangrejos que abastecen, principalmente, al mercado consumidor de Ceará y, en segundo lugar, a los estados de Piauí y Maranhão (Legat *et al.*, 2006). Al respecto, se han producido amplios debates ambientales por el creciente número de personas dedicadas a la pesca del cangrejo uçá y la sobrepesca de la especie debida a la elevada exportación de cangrejos hacia mercados turísticos limítrofes (Legat *et al.*, 2006; Lustosa, 2005; Mattos, 2009, entre otros).

La economía isleña se basa en la agricultura de subsistencia, pesca artesanal, pesca de cangrejos uça, pesca de gambas y mariscos, producciones artesanales (artesanías hechas con paja, lino, tallo de carnauba y arcilla, el encaje de bolillos, la producción de tejidos a ganchillos), la recolección vegetal de cajú y frutas nativas, la construcción y pequeños comercios. A lo largo de su historia, el Delta del Parnaíba se destacó por la producción de cuero y carne seca a mediados del siglo XVIII y, a partir del siglo XX, por la explotación de la extracción de la carnauba. Ambas actividades están actualmente en declive (Mavignier y Moreira, 2007). La creciente adaptación a la lógica de la economía de mercado ha generado el estancamiento de algunas actividades productivas (sector arrocero, agricultura, extracción de carnauba, etc.), debido también a la entrada en el mercado de competidores y a la migración de trabajadores rurales hacia empleos puntuales relacionados con los servicios turísticos (pesca, guías, barqueros, recaudadores de clientes, etc.), y dinamizado otras vinculadas al sector turístico (producción artesanal, pesca predatoria, servicios receptivos, etc.). En este marco, el turismo –juntos a las actividades económicas con él relacionadas– se ha propuesto como una oportunidad económica a desarrollar para reactivar y potenciar la economía isleña. Desde mediados de 2000, el turismo ha adquirido un papel transversal en la sociedad isleña que ha conllevado una liberalización de los servicios relacionados con la industria turística (compraventa de tierras con fines turísticos/inmobiliarios, pesca predatoria y la construcción de algunas infraestructuras receptivas, etc.).

Aunque el turismo en el Delta del Parnaíba se intensificó en la década de los noventa (Mattos, 2009), fue a comienzos de 2000 cuando el mercado turístico local empezó a ser codiciado por agencias de turismo, intermediarios⁴ turísticos y agentes foráneos. Además, en el año 2005 también

3. El Área de Proteção Ambiental (APA) y la Reserva Extrativista Marinha do Delta do Parnaíba (RESEX) fueron creadas, respectivamente, en los años 1996 y 2000.
4. Los intermediarios turísticos pueden ser guías, barqueros y recaudadores de clientes. Estos roles se van intercambiando según las necesidades. No se conciben como categorías cerradas. El guía con permiso de navegar puede desempeñar los otros dos cargos. Así como el recaudador de clientes puede ser barquero y/o «reinvertirse» como guía turístico.

se registró el traslado de las salidas de las excursiones turísticas desde el Porto das Barcas de la ciudad de Parnaíba hacia el Porto dos Tatus de la Ilha Grande de Santa Isabel⁵. Este evento ha marcado cambios estructurales en las lógicas del mercado turístico local, situando la Ilha Grande de Santa Isabel en el corazón del nicho de mercado turístico nacional e internacional. La Ilha ha experimentado así la promoción turística impulsada por parte del Gobierno Federal, el sector privado turístico-inmobiliario y con el reciente interés de las agencias de desarrollo. El Delta del Parnaíba, junto al destino turístico Jericoacoara en el estado de Ceará y los Leçois Maranhenses en el estado de Maranhão, en el marco del programa federal «Regionalização do Turismo», constituyen desde el año 2004 el circuito turístico de la *Rota das Emoções* promovido por el Gobierno Federal y el Ministerio de Turismo. Y más, desde 2005 grupos transnacionales –liderados por la empresa Ecocity Brasil, de origen balear–, tras la compra de lotes de tierras isleñas por un área total adquirida de 6.208 hectáreas, promueven proyectos de turismo residencial a desarrollar en la Ilha Grande de Santa Isabel (WR, 2008). Paralelamente, y a raíz de esta lenta reconversión turística incentivada por las políticas públicas federales y la inversión privada de la industria turístico/inmobiliaria, en la Ilha Grande de Santa Isabel se han presentado nuevas propuestas alternativas de turismo a pequeña escala como la del turismo étnico.

El turismo étnico en Brasil es un producto turístico principalmente comercializado en las *Terras Indígenas* (TI)⁶ y, aunque el estudio del turismo en las TI en Brasil se encuentra todavía en fase embrionaria (Lustosa, 2012), no podemos confinar el turismo étnico exclusivamente a las actividades localizadas en TI. Este fenómeno se enmarca dentro de un ámbito de mayor alcance donde la «condición originaria» y el «exotismo étnico» son constantemente reconstruidos y negociados como mercancía para el consumo turístico. La antropóloga Margarita Barretto (2005) define dos formas de turismo étnico:

«Uno es el que no está planificado y que surge del interés comercial de los que abordan el turismo como negocio. Este tipo de turismo étnico puede llegar a invadir los rituales, la intimidad, transformando las personas de una determinada etnia en zoológicos humanos. Una segunda forma de promover el turismo étnico es cuando la comunidad se compromete con un proyecto de revitalización de su cultura y, con la ayuda de la historia y la memoria, afirma su identidad. De esta manera la comunidad decide con autodeterminación lo que quiere preservar y mostrar, y lo que no, pudiendo apelar al auxilio de técnicos. Sin embargo, muchas veces existen factores que pueden interferir como la mentalidad “modernizadora”, donde predomina la idea de desechar lo antiguo destruyéndolo, y asociada a esta la especulación inmobiliaria» (ibídem).

Si se emplea la distinción de Barretto al caso de turismo étnico registrado en la Ilha Grande de Santa Isabel, este resulta un híbrido y tiene características de las dos formas. Sin embargo, no existen únicamente dos modelos, ya que es un fenómeno con múltiples configuraciones. La oferta de turismo étnico observada está constituida por excursiones planificadas a la granja de un antiguo morador isleño tremembé⁷ en un área llamada Saquinho, en el extremo norte de la isla. En esta región, desde hace más de 50 años, este morador vive con su esposa sin electricidad

5. Las causas principales son la sedimentación del río Parnaíba y la menor distancia del Porto dos Tatus de la Ilha Grande de Santa Isabel a los atractivos naturales del Delta y sus islas.
6. La Fundação Nacional do Índio (FUNAI) declara que las *Terras Indígenas* (TI) son propiedad del *Patrimônio da União*, organismo ligado al *Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão*, habitadas por uno o más pueblos indígenas, y utilizadas para sus actividades productivas, esenciales para la preservación de los recursos ambientales necesarios para su bienestar y para su reproducción física y cultural, según sus usos, costumbres y tradiciones. Este es un tipo específico de propiedad de naturaleza originaria y colectiva, que no debe confundirse con el concepto de derecho civil de propiedad privada. Las tierras indígenas son reglamentadas por el artículo 17.I, de la Ley n.º 6001, de 19 de diciembre de 1973, y por el artículo 231 de la Constitución de la República Federativa de Brasil de 1988.
7. Tremembé, del idioma tupi *Tirime'imbé*, significa «indios de los terrenos inundados» (Mavignier, 2005).

ni agua corriente, dedicándose a la pesca artesanal, al cultivo, a la cría de animales y a la agricultura de subsistencia. Las excursiones a la aldea en la región de Saquinho son organizadas y promocionadas por algunos guías e intermediarios turísticos locales con el previo beneplácito del anfitrión. Las visitas prevén salidas a las actividades de cultivo de mandioca, arroz, mango, caña de azúcar, aceite de palma y coco, y además los turistas pueden participar y presenciar los rituales de curandería Umbanda⁸ que el antiguo morador realiza en su *terreiro* (centro de culto), construido al lado de su granja para celebrar tales cultos afrobrasileños. Para asistir a las actuaciones rituales en su *terreiro*, participar en su vida cotidiana y/o pernoctar en la granja, los turistas dejan una ayuda/oferta económica y/o comida que varía en el caso de cada turista. Normalmente, la oferta viene sugerida por el guía o por quien acompaña a los visitantes a la granja.

El «exotismo étnico» (Van den Berghe y Keyes, 1984) es enfatizado por los guías, que lo consideraran como el «único» tremembé de la isla. Según un guía turístico local que suele llevar turistas de visita, por uno o más días, el antiguo morador en cuestión es el único tremembé que conoce en la isla. A este propósito, un guía local explica que la excursión incluye alojamiento en la granja, paseos en la región noreste de la isla, salidas de pesca y observación de animales (papagayos y monos) y de sus plantaciones.

«Propongo esta excursión cuando hablo del curandero y de los trabajos con hierbas medicinales. Él es también uno de los últimos descendientes de la tribu de los tremembés, los indios que vivían en esta región. Hoy en día no habitan más porque fueron extintos. Así que cuando la gente [los turistas] quiere quedarse un poco más alejado de la ciudad y conocer una persona típica del Delta, organizo las excursiones donde pueden dormir en la granja, practicar senderismo, observar papagayos y monos. Como también para conocer las plantaciones de caña de azúcar y mango y pescar en las lagunas los peces *cará de lagoa*» (entrevista realizada con un guía local, Ilha Grande, enero de 2012, traducción propia).

Para la Fundação Nacional do Índio (FUNAI) el territorio habitado por el pueblo tremembé antes de la colonización de Brasil se extendía por los actuales estados de Maranhão, Piauí e Ceará, y originalmente estos eran pescadores y cazadores nómadas, eximios nadadores que vagaban en pequeños grupos por el litoral. La historiadora piauiense Borges (2004) afirma que la abundancia de sitios arqueológicos, inscripciones rupestres, instrumentos líticos, urnas funerarias y, en definitiva, de una enorme variedad de materiales de colección es de extrema utilidad para la reconstrucción de la historia primitiva del pueblo piauiense y, concretamente, de los habitantes del litoral piauiense: los tremembés. Según Borges (2010), las poblaciones pescadoras-colectoras-cazadoras (de este o de otros grupos étnicos) transitaron por el litoral piauiense por lo menos desde el siglo XIII y, probablemente, fue a partir del siglo XVII cuando estas poblaciones que habitaban la región fueron llamadas *tremembés* a través del proceso de etnificación y etnogénesis. La denominación *tremembé* corresponde a la conjunción de dos vocablos, uno del español/portugués, *tremedal*, y otro del tupi, *mbáe*, que forman la palabra *tremembé*, que designaba los grupos nativos que vivían en la costa norte brasileña y eran conocidos por vivir próximos a los manglares y esconderse en áreas pantanosas (ibidem).

8. Religión afrobrasileña cuyos principios y prácticas doctrinarias son establecidos y transmitidos oralmente (Da Silva, 2005). También puede ser considerada en la esfera mágico-religiosa, dado que todas sus manifestaciones giran alrededor de los poderes, favores, castigos, exigencias..., en definitiva, presencias de espíritus; su centro vital está representado por la posesión por parte de estos espíritus de aquellos agentes que, por don natural y adiestramiento, actúan como instrumento de mediación entre la esfera espiritual y los hombres (Giobellina Brumana y González, 1984).

Diversas son las fuentes historiográficas que afirman que los tremembés poblaron la costa del nordeste de Brasil desde el siglo XIII hasta finales del siglo XVII, ocupando la zona comprendida entre el estado de Amapá y el estado de Rio Grande do Norte. En el área costera, desde el estado de Maranhão (MA) hasta el estado de Ceará (CE), las aldeas dominaban en diferentes áreas: desde Tutóia y la Ilha do Caju en el estado de Maranhão, pasando por los márgenes del río Camurupim en el estado de Piauí, hasta Jericoacoara en el estado de Ceará. Los tremembés no conocían la agricultura y vivían básicamente de la caza, la pesca y la extracción vegetal. Hasta principios del siglo XVIII, cuando se establecieron en aldeas en Almofala (CE) y Tutóia (MA), solían comercializar madera y ámbar gris, principalmente con los europeos (Borges, 2004 y 2010; Mavignier, 2005; Mavignier y Moreira, 2007). Los tremembés poblaron las regiones costeras de los estados de Piauí, de Maranhão y de Ceará y, más de diez mil años antes de las invasiones europeas, habitaron toda la región norte del estado del Piauí y ocuparon más del 23% de las tierras de la Capitanía de São José do Piauí⁹ con más de 60 asentamientos y más de 120.000 personas de un total de 370.000 en todo el Piauí (Mavignier, 2005; Mavignier y Moreira, 2007).

Según Borges (2010), a principios del siglo XVIII los tremembés eran llamados «peces racionales». En esta época todavía tenían una considerable autonomía sobre su territorio y negociaban con las fuerzas extranjeras logrando dilatar el establecimiento de núcleos de ocupación colonial. Para esta autora, los nativos trataban de mantener el territorio y sobrevivir a los conflictos que solían aparecer con los colonizadores estableciendo relaciones comerciales con los europeos. Por lo tanto, la «amistad» con los extranjeros fluía según las circunstancias. Actualmente, esta «amistad» se ha convertido en disputa. En la investigación de Isis Maria Cunha Lustosa (2012) sobre los tremembés de São José do Buriti en el municipio cearense de Iatapipoca, se describe el proceso de reelaboración y de afirmación étnica para regularizar y demarcar sus TI y promover proyectos de turismo étnico y comunitario como contrapropuesta al proyecto de turismo residencial promovido en el mismo municipio. La Ilha Grande de Santa Isabel no presenta ningún proyecto de turismo fundamentado en la presencia de los tremembé. Sin embargo, se construye el discurso del «indio *hyper-real*»¹⁰ (Ramos, 1994), y del último tremembé isleño, para comercializar excursiones de turismo étnico en la región de Saquinho que incluyen la visita a la granja de este antiguo morador y la participación en rituales de curandería con hierbas medicinales. Al visitar y presenciar estas excursiones pude abordar el tema del turismo con el antiguo morador de la región de Saquinho y profundizar sobre su percepción acerca de la presencia puntual de algunos turistas en su granja. El morador sostiene que nunca tuvo problemas con los turistas y explica que la presencia de estos nunca le perjudicó. Más bien al contrario, siempre le ayudaron. Irónicamente, afirma que si algo le estaba perjudicando eran los monos y no los turistas.

«Yo nunca me di mal con los turistas. Con ningún turista. Gracias a Dios. Todos los turistas que vinieron aquí nunca me perjudicaron. Siempre me ayudaron. Ahora, lo que más me perjudica son los monos. Los turistas nunca, gracias a Dios» (entrevista realizada en Ilha Grande, diciembre de 2011, traducción propia).

9. La *Capitanía de São José do Piauí* fue instituida en 1758 por el rey de Portugal José I (Mavignier y Moreira, 2007).

10. La autora se refiere a la construcción de una imagen de un indígena típico, es decir, de un «indio modelo».

Para este tipo de visitas no hay tarifas establecidas, sin embargo los guías siempre aconsejan —resaltando la precaria situación en que vive el antiguo morador con su esposa—, dejar comida y una ayuda económica, algo que

la mayoría de las veces ocurre. Entre los turistas que suelen alojarse varios días en la granja se encuentran huéspedes (artesanos, mochileros, etc.) que este mismo morador denomina *híps*, es decir, «hippies».

El caso de turismo étnico está entramado por el paradigma del exotismo étnico, así como el ecoturismo está forjado por el discurso ecológico. Sin embargo, ambos suscitan en una lógica economicista el interés de la industria turístico/inmobiliaria. A propósito de esto, en una entrevista realizada en febrero de 2014, el alcalde de la Ilha Grande contaba que un grupo de inversores turísticos/inmobiliarios –propietarios de la parcela de tierra correspondiente a la granja del antiguo morador adquirida en 2005–, pretende donarle una parte de la tierra donde reside para resolver la disputa legislativa y así, como afirma el alcalde, «conservarlo como punto y atractivo turístico en el marco del proyecto de turismo residencial» previsto alrededor de su granja.

En conclusión, a pesar de las intenciones manifestadas por los inversores turísticos/inmobiliarios, el turismo étnico no tiene que ser considerado exclusivamente como una forma de dominación para los anfitriones, sino como un fenómeno que involucra múltiples actores y sus diferentes propósitos. En el caso expuesto intervienen anfitriones, agentes turísticos locales, guías y turistas. Actualmente numerosas comunidades locales ven en los «nuevos turismos» (ecoturismo, turismo étnico o etnoturismo, turismo comunitario, etc.) una forma de renta alternativa y/o complementaria. En este sentido, Pereiro *et al.* (2012) ponen de manifiesto cómo la declaración de Oaxaca –una iniciativa global de la Indigenous Tourism Rights International (ITRI), que organizó en marzo de 2002 el Foro Internacional de Turismo Indígena en Oaxaca (México) al que acudieron cerca de 200 representantes y líderes indígenas de 19 estados– fue una llamada a los grupos indígenas para reforzar estrategias, coordinar la cooperación internacional y regional, y aumentar la participación indígena en el ecoturismo. Asimismo, Cañada y Gascón (2007) destacan la «Declaración de Otavalo de Turismo comunitario, sostenible, competitivo y con identidad» (septiembre de 2001) y la «Declaración de San José sobre turismo rural y comunitario» (octubre de 2003), donde las organizaciones de pueblos indígenas y comunidades rurales firmantes de Ecuador, Bolivia, Brasil, Costa Rica, Guatemala y Perú expresaron el deseo de que el turismo pudiera aportar mejoras a sus condiciones de vida y trabajo en la medida en que se trata de una actividad «socialmente solidaria, ambientalmente responsable, culturalmente enriquecedora y económicamente viable». Sin entrar en el debate ligado a la definición de estos complejos calificativos, cabe destacar cómo turismos alternativos son elegidos a menudo como complemento y/o alternativa a las actividades productivas preexistentes por las comunidades locales.

El turismo genera indiscutiblemente debates y posiciones enfrentadas entre los diferentes actores directa e indirectamente involucrados en este fenómeno. El Delta del Parnaíba, desde mediados de la década de 2000, ha registrado una energética promoción turística vertical por parte del Gobierno Federal y del sector turístico/inmobiliario, y en paralelo han aparecido propuestas a pequeña escala promovidas por actores locales (guías, agentes turísticos, intermediadores y anfitriones). Entre estas propuestas –que incluyen el ecoturismo y el turismo comunitario que no se han descrito en el presente artículo–, el turismo étnico ha sido impulsado por locales y guías turísticos.

El caso de turismo étnico está entramado por el paradigma del exotismo étnico, así como el ecoturismo está forjado por el discurso ecológico. Sin embargo, ambos suscitan en una lógica economicista el interés de la industria turístico/inmobiliaria

Sin embargo, cabe señalar cómo la propuesta de turismo étnico descrita se apropia de la singularidad local fabricando una forma de exotismo étnico. Este exotismo actualiza y explota las fronteras étnicas entre turistas y locales, a partir de la celebración de los mitos de orígenes y de rituales «primitivos». A grandes rasgos, en esta práctica participan los propios locales respondiendo tanto a sus necesidades identitarias, expresivas y económicas, como a la demanda de búsqueda de «autenticidad» y «performatividad» de los turistas y transeúntes. Paralelamente, el grupo turístico/inmobiliario propietario de la parcela de tierra de la región de Saquinho parece querer convertir al «ocupante» en «aliado» para aprovechar el «recurso» o «producto» del exotismo étnico para su explotación turística.

Este caso pone de manifiesto que diferentes segmentos de población local (guías, intermediarios, anfitriones) autogestionan y promueven una oferta de turismo fundamentada en la frontera étnica entre anfitriones y turistas. En una lógica economicista, a partir del reciente interés de la industria turístico/inmobiliaria, agentes externos (inversores turísticos/inmobiliarios) intentan apropiarse de este recurso/producto para su mercantilización turística dentro del marco del proyecto de turismo residencial. En conclusión, en el presente artículo no se ha inquirido acerca de la «autenticidad» de las prácticas rituales y de la «experiencia» de turismo étnico, sino que se ha detallado el lugar de construcción y negociación de las fronteras étnicas donde conviven prácticas de turismo fundamentadas en el exotismo étnico. Esta convivencia da lugar a prácticas de turismo a la carta y al llamado turismo étnico.

Referencias bibliográficas

Andrade, Etielle Barroso de; Leite, Junior R. S. A. y De Andrade, Gilda Vasconcellos. «Anurans from the municipality of Ilha Grande, Parnaíba River Delta, Piauí, northeastern Brazil». *Herpetology Notes*, n.º 7 (2014), p. 219-226.

Azeredo Grünewald, Rodrigo de. «Turismo e etnicidade». *Horizontes Antropológicos. Antropologia e Turismo*, vol. 9, n.º 20 (2003), p. 141-160.

Barretto, Margarita. «Turismo étnico y tradiciones inventadas», en: Santana Talavera, Agustín y Prats Canals, Llorenç (coords.). *El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación*. Sevilla: FAAEE- Fundación El Monte, 2005, p. 39-56.

Blázquez, Macià y Cañada, Ernest. *Turismo Placebo. Nueva colonización turística: del Mediterráneo a Mesoamérica y El Caribe. Lógicas espaciales del capital turístico*. Managua: Editorial Enlace, 2011.

Borges, Jóina F. *A História Negada: Em Busca de Novos Caminhos*. Teresina: FUNDAPI, 2004.

Borges, Jóina Freitas. *Os Senhores das Dunas e os adventícios d'além-mar: Primeiros Contatos, tentativas de colonização e autonomia tremembé na costa Leste-Oeste (Séculos XVI e XVII)*. Tesis de Doctorado. Universidade Federal Fluminense, UFF, Brasil, 2010.

Bruner, Edward M. «Tourism in the Balinese Borderzone», en: Lavie, Smadar y Swedenburg, Ted (eds.). *Displacement, diáspora, and geographies of identity*. Durham: Duke University Press, 1996, p. 157-179.

Buades, Joan. *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*. Palma: La Lucerna, 2006.

Buades, Joan. «Turismo, la globalización invisible», en: Buades, Joan; Cañada, Ernest y Gascón, Jordi. *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. Madrid: Foro Turismo Responsable, 2012, p. 25.

Buades, Joan; Cañada, Ernest y Gascón, Jordi. *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. Madrid: Foro de Turismo Responsable, 2012.

Burns, Peter M. «Tourism, political discourse, and post-colonialism». *Tourism and Hospitality Planning & Development*, vol. 5, n.º 1 (2008), p. 61-71.

Canestrini, Duccio. *No disparen contra el turista: Un análisis del turismo como colonización*. Barcelona: Edicions Bellaterra, 2009.

Cañada, Ernest y Gascón, Jordi. *Turismo y Desarrollo: Herramientas para una mirada crítica*. Managua: Enlace, 2007.

Chambers, Erve. «Can the anthropology of tourism make us better travelers?». *NAPA Bulletin*, vol. 23, n.º 1 (2005), p. 27-44.

Chambers, Erve. «From authenticity to significance: Tourism on the frontier of culture and place». *Futures*, vol. 41, n.º 6 (2009), p. 353-359.

Cohen, Erik y Cohen, Scott A. «Current sociological theories and issues in tourism». *Annals of Tourism Research*, vol. 39, n.º 4 (2012), p. 2177-2202.

Comissão Ilha Ativa-CIA. *Sócio biodiversidade da Ilha Grande de Santa Isabel: Um olhar da comunidade visando à RESEX do Cajuí*. Ilha Grande/PI. (Cartilha), 2012 (en línea) <http://comissaoilhaativa.org.br/wp-content/uploads/2011/07/Mapa-e-Cartilha.pdf>

Cresswell, Tim. *On the move: mobility in the modern western world*. Londres y Nueva York: Routledge, 2006.

Da Silva, Vagner Gonçalves. *Candomblé e umbanda: caminhos da devoção brasileira*. São Paulo: Selo Negro Edições, 2005.

Giobellina Brumana, Fernando y González, Eva E. «Umbanda. Notas sobre un fenómeno religioso brasileño». *Revista española de antropología americana*, n.º 14 (1984), p. 227-242.

Guzzi, Anderson (org.). *Biodiversidade do Delta do Parnaíba: litoral piauiense*. Parnaíba: EDUFPI, 2012, vol. 1, 1ª edición.

Johnston, Alison M. *Is the sacred for sale? Tourism and indigenous peoples*. Londres: Earthscan, 2006.

Legat, Jefferson F. A.; Mota, Raimundo I.; Puchnick, Angela; Bittencourt, Claudia S. y Santana, Werlanne M. «Considerations about *Ucides cordatus cordatus* fishing in the Parnaíba River Delta region, Brazil». *Journal of Coastal Research*, n.º 39 (2006), p. 1281-1283.

Leite, Naomi y Graburn, Nelson. «Anthropological interventions in tourism studies», en: Jamal, Tazim y Robinson, Mike. *The Sage handbook of tourism studies*. Londres: SAGE Publications Ltd., 2009, p. 35-64.

Lustosa, Ana Helena Mendes. *Práticas produtivas e (in) sustentabilidade: os catadores de caranguejo do Delta do Parnaíba*. Tesis de Máster. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente da Universidade Federal do Piauí, Teresina (PRODEMA/UFPI/TROPEN), 2005.

MacCannell, Dean. *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina, 2003.

MacCannell, Dean. *Lugares de encuentro vacíos*. Barcelona: Melusina, 2007.

Maldonado, Carlos. «O turismo rural comunitário na América Latina: gênese, características e políticas», en: Bartholo, Roberto; Sansolo, David Gruber y Bursztyn, Ivan. *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009, p. 25-44.

Marchena Gómez, Manuel J. «Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo fordista al ocio de producción flexible». *Papers de Turisme*, n.º 14-15 (1994), p. 77-94.

Mattos, Flávia Ferreira. «Ecoturismo e inclusão social na Resex Marinha do Delta do Parnaíba (MA/PI): Tendências, expectativas e possibilidades», en: Bartholo, Roberto; Sansolo, David Gruber y Bursztyn, Ivan. *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009, p. 302-318.

Mavignier, Diderot dos S. *No Piauí, na terra dos Tremembés*. Parnaíba-PI: Sieart Graf, 2005.

Mavignier, Diderot dos S. y Moreira, Aldenora Mendes. *Conhecendo história e geografia do Piauí*. Parnaíba-PI: Gráfica Ferraz, 2007.

Milano, Claudio. «De espacio rural a espacio turístico: una etnografía del desarrollo en el Delta de Parnaíba (Brasil)». *Quaderns-e de l'Institut Català d'Antropologia*, vol. 18, n.º 1 (2013), p. 128-143.

Nash, Denisson. «Tourism as a form of Imperialism», en: Smith, Valene L. *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989, 2ª edición, p. 37-52.

Nash, Denisson y Smith, Valene L. «Anthropology and tourism». *Annals of Tourism Research*, vol. 18, n.º 1 (1991), p. 12-25.

Onghena, Yolanda y Milano, Claudio. «Certezas e incertezas del turismo: movilidad y encuentro». *Notes Internacionais CIDOB*, n.º 116 (2015).

Pereiro, Xerardo; De León, Cebaldo; Martínez Mauri, Mònica; Ventocilla, Jorge, y Del Valle, Yadixa. *Los turistas Kunas. Antropología del Turismo étnico en Panamá*. Palma de Mallorca: Universidad Islas Baleares, 2012.

Prado, Rosane M. «As espécies exóticas somos nós: reflexão a propósito do ecoturismo na Ilha Grande». *Horizontes Antropológicos*, vol. 9, n.º 20 (2003), p. 205-224.

Ramos, Alcida Rita. «The Hyperreal Indian». *Critique of Anthropology*, vol. 14, n.º 2 (1994), p. 153-171.

Rivera Cusicanqui, Silvia. *Ch'ixinakax utxiwa. Una reflexión sobre las prácticas y discursos descolonizadores*. Buenos Aires: Tinta Limón, 2010.

Salazar, Noel B. «Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo». *Tabula Rasa: revista de humanidades*, n.º 5 (2006), p. 99-128.

Salazar, Noel B. «Towards an anthropology of cultural mobilities». *Crossings: Journal of Migration & Culture*, vol. 1, n.º 1 (2010), p. 53-68.

Santana Talavera, Agustín. «Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social», en: Riedl, Mario; Almeida, Joaquim A. y Viana, Andyara L. B. *Turismo rural: tendências e sustentabilidade*. Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul, 2002, p. 13-50.

Santana Talavera, Agustín. «Turismo cultural, culturas turísticas». *Horizontes antropológicos*, vol. 9, n.º 20 (2003), p. 31-57.

Smith, Valene L. y Brent, Maryann. *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century*. Elmsford, NY: Cognizant Communications Corporation, 2001.

Stronza, Amanda. «Anthropology of tourism: forging new ground for ecotourism and other alternatives». *Annual Review of Anthropology*, vol. 30 (2001), p. 261-283.

Turner, Louis y Ash, John. *La horda dorada: el turismo internacional y la periferia del placer*. Madrid: Endymion, 1991.

Urry, John. *The tourist gaze leisure and travel in contemporary societies*. Londres: Sage Publications, 1990.

Valcuende del Río, Jose María y De la Cruz Quispe, Liz. «Turismo, poblaciones locales y organizaciones no gubernamentales: un análisis de caso en Madre de Dios (Perú)». *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 7, n.º 2 (2009), p. 179-196.

Van den Berghe, Pierre L. y Keyes, Charles F. (1984) «Introduction: tourism and re-created ethnicity». *Annals of Tourism Research*, vol. 11 (1984), p. 343-352.

WR. Consultoria e Planejamento LTDA. «Relatório de Impacto Ambiental (RIMA) empreendimento ECOCITY BRASIL». Brasil, 2008.

