

CULTURA NEGRA Y TURISMO EN ILHÉUS, BRASIL

Publicidad turística, contacto cultural y clichés

Sandro Campos Neves^{*}
Universidad Federal
de Bahía - Brasil

Resumen: Este artículo analiza la interacción cultural entre turistas y grupos afro-culturales en la ciudad de Ilhéus, Brasil, a través de iniciativas estatales y privadas como las de los agentes turísticos. El trabajo rescata desde el punto de vista etnográfico dos oportunidades en las cuales se produce esa interacción, una promovida por la municipalidad y la otra por los hoteles privados. Estos encuentros culturales se basan en imágenes estereotipadas de la cultura local, las cuales se reafirman al producirse la interacción con los turistas.

PALABRAS CLAVE: turismo; cultura negra, Ilhéus, imagen, contacto cultural.

Abstract: Black Culture and Tourism in Ilhéus, Brazil. Tourist Publicity, Cultural Contact and Clichés. This article analyzes the cultural interaction between tourists and afro-cultural groups in the city of Ilhéus, Brazil by means of state and private initiatives as the tourist agents. From the ethnographic point of view, the paper draws attention on the two opportunities in which this encounter comes into being: one promoted by the city and the other by private hotels. These encounters are based on stereotyped images of the locals which are reconfirmed when this interaction occurs.

KEY WORDS: tourism; black culture; Ilhéus, image, cultural contact.

INTRODUCCIÓN

El turismo, en relación con representaciones culturales, cuenta con una capacidad inequívoca de creación y confirmación de imágenes descontextualizadas y estereotipadas de la cultura local. En este artículo se pretende abordar el rol del turismo en el municipio de Ilhéus (Estado de Bahía), en la producción y confirmación de esas imágenes. Dicho rol es ejercido a partir de la publicidad y difusión de la imagen del municipio; y también a partir de la interacción social entre turistas y grupos afro descontextualizada e intermediada por el Estado.

Se parte del principio de que tanto el Estado como la iniciativa privada son los agentes políticamente interesados organizadores del turismo cuyas motivaciones están comprometidas con el mantenimiento del sistema y del orden social.

^{*} Graduado en turismo por la Universidad Federal de Juiz de Fora (Juiz de Fora - Minas Gerais - Brasil); Magister en Cultura y Turismo por la Universidad Estadual de Santa Cruz (Ilhéus - Bahía - Brasil); Doctorando en Antropología por la Universidad Federal da Bahía (Salvador - Bahía - Brasil). E-mail: sandrocamposneves@yahoo.com.br

En Bahía, los grupos afro formaron parte de un proceso llamado por Risério (1981: 36) de re-africanización del carnaval de Salvador. El autor afirma que este proceso puede ser definido como un rescate de la estética y de los valores culturales negros en la sociedad bahiana. Esos valores se habían opacado debido al racismo que está enquistado en la sociedad brasileña y, en consecuencia, se produjo una desvalorización de la cultura negra como manifestación relevante. Los grupos afro de Bahía recuperaron su fuerza ante los ojos de la sociedad brasileña a partir de la década de 1960, principalmente a través del carnaval de Bahía.

Esos grupos forman parte de un movimiento más amplio que respeta las aspiraciones sociales, culturales y políticas de grupos de negros que se vieron relegados a un papel periférico en la sociedad brasileña (Fernandes 1978:10). Tal papel se contradice con la significativa y numerosa presencia que tiene la población negra en Brasil, además de su influencia cultural en diversos ámbitos de la vida nacional, como la gastronomía, la religión, la danza, etc.

Alrededor de este movimiento de reafirmación de los grupos afro surge la industria turística, construida a partir de la curiosidad y el interés que esos grupos despertaban en los brasileños de diversos estados y en los turistas extranjeros. Interés que fue explotado por el gobierno estadual y municipal y por la iniciativa privada. Las manifestaciones culturales negras se difunden a través de la publicidad turística lejos de su contexto original y de forma controlada, generando una distancia *confortable* entre los turistas y el contexto originario de dichos movimientos, las zonas pobres y marginadas de las ciudades bahianas. Esa distancia, sin embargo, privaría al turista de poder entender completamente la cultura negra. Así, el turista, *protegido* por el Estado o la iniciativa privada, conoce un estereotipo cultural centrado en las danzas, comidas e indumentaria que se muestran como típicas pero no comprende su aspecto político, religioso y social más profundo.

Este artículo pretende mostrar la relación entre los grupos afro-culturales de Ilhéus y los turistas. Se abordaron dos momentos diferentes, aunque complementarios, en los cuales se produjeron encuentros entre turistas y grupos afro en la ciudad; destacando la actuación y los discursos de cada uno de los grupos involucrados: los grupos afro, los turistas, los agentes municipales y los empresarios de turismo.

El instrumento de investigación utilizado fue la observación participante y las entrevistas semi-estructuradas aplicadas a los actores sociales ya mencionados. De esta manera se logró una investigación cualitativa de carácter etnográfico cuya principal meta fue describir y analizar los contextos en que se producen las interacciones y las relaciones que surgen de ellas. Se adoptó la perspectiva etnográfica para poder abordar los aspectos simbólicos involucrados en esos encuentros culturales fundados en la teoría de Geertz (1997:37):

La explicación interpretativa (se trata de una forma de explicación, no de algún tipo de glosografía exaltada) se concentra en el significado que las instituciones, acciones, imágenes, discursos, eventos y costumbres (todos los objetos que normalmente interesan a los científicos sociales) tienen para sus “propietarios” [...]; realizan esfuerzos para formular conceptos que expliquen cómo este o aquel pueblo, este o aquel período, esta o aquella persona, tienen sentido para sí mismos; y cuando este proceso es claro, se buscan explicaciones del orden social, cambios históricos, o del orden psíquico colectivo. La investigación se orienta hacia los casos con características particulares que distingan a unos de otros.

La perspectiva etnográfica y la explicación interpretativa intervienen como formas de rescatar lo cotidiano y entender su carácter local, su sentido construido por y para sus “propietarios”.

GRUPOS AFRO DE ILHÉUS: ENTRE UNA DEFINICIÓN “AUTÓCTONA” Y UNA “EXTRANJERA”

Los grupos afro de Ilhéus surgen a partir de diversos ensambles con movimientos nacionales, desde el Movimiento Negro Unificado creado en la década de 1970, hasta movimientos regionales como los grupos afro del carnaval de Salvador que resurgieron con una gran repercusión mediática. De éstos últimos el más destacado fue el Olodum. Estos grupos son el resultado del proceso de afirmación de los Nuevos Movimientos Sociales que nacieron en el marco de la globalización neoliberal.

En este escenario surgen numerosas y nuevas problemáticas en la lucha por la ciudadanía y por el reconocimiento cultural, además de las tradicionales luchas de clase. Se destacan las cuestiones de género, étnicas, ambientales, sobre la salud, la educación, la calidad de vida, la mística, la religión, etc. (Scherer-Warren & Ferreira 2002:244).

Fundados como reacción popular a un nuevo contexto, los grupos afro de Ilhéus son básicamente originarios de las zonas marginadas y se expanden por las zonas del norte, sur y centro de la ciudad. El grupo afro-cultural Dilazenze fue el objeto de observación de esta investigación.

El Dilazenze, fundado en 1986, ha llegado a ser uno de los principales grupos afro de la ciudad, tanto en lo que se refiere a su estructura, como al tamaño y la representatividad. Ésta última surge debido al éxito obtenido por el grupo en los recientes carnavales. Actualmente la sede del grupo se ubica en el alto de la Conquista, en el Centro de Ilhéus, donde funciona el *terreiro* -o escenario del grupo, es decir, el sitio donde se practica el candomblé- y también el proyecto Batukerê. En el barrio de la Conquista, conocido como *Carilos*, se sitúa el escenario del Dilazenze y también se encuentra el *terreiro* del Matamba Tombecy Neto.

El grupo Dilazenze está dedicado al *orixá* (término que define de forma general a las entidades más importantes del panteón de la religión afro-brasileña del candomblé; es el equivalente al Dios del catolicismo en el idioma iorubá y en la religión del candomblé.) Xangô siendo muy importante para su constitución su relación con el *terreiro* al igual que su relación con la familia. El propio nombre Dilazenze es la *dijua* (nombre del *terreiro*) de un importante personaje de la historia del grupo que, según se dice, era africano. La relación con la familia tiene dos sentidos, el de la familia simbólica relacionado al *terreiro* en el cual nace el grupo, y el de la familia propiamente dicha porque gran parte de sus miembros -principalmente sus dirigentes- pertenecen a la misma.

El grupo Dilazenze se conformó a partir de diversas estructuras. Nació en 1986 como un grupo afro cuya finalidad principal sería el desfile de carnaval para lo cual les bastaba con incluir percusión y baile. Más tarde agregaron una banda para presentaciones, llamada Sambadila. Posteriormente, empeñados con la idea de que un grupo afro debía funcionar todo el año, crean un proyecto social para los niños del barrio, el Proyecto Batukerê. Todas estas transformaciones del grupo son importantes para la imagen que se tiene de ellos y de la cultura negra en Ilhéus.

El Batukerê intenta reforzar en los niños de la comunidad *el orgullo de la cultura negra*. El proyecto surgió porque se creía que los niños del barrio estaban abandonados. Se crearon talleres de percusión donde aprenden a tocar instrumentos, talleres de danza donde se les enseñan danzas afro y, en algunos casos, llegan a integrar el grupo de baile de Dilazenze. Existen, además, formas no institucionales de educación ciudadana y refuerzo escolar donde se valora la cultura negra y las raíces africanas.

Asimismo mantienen relación con el Consejo de Entidades Afro-Culturales de Ilhéus (CEAC). Entidad a través de la cual los grupos afro intentan organizar sus reivindicaciones y unificarse como fuerza política. Lo que importa destacar es que a través del Consejo los grupos afro comienzan a ser entidades organizadas estatutariamente y reafirman su existencia como movimiento social. Mientras que sobre el CEAC debe decirse que congrega grupos afro que tienen como denominador común el desfile de carnaval. Este requisito es importante también para aquellos que no se definen como bloque afro. Un último punto importante es la constitución de la idea de grupo afro en Ilhéus.

[...] un aspecto fundamental de la definición de los bloques afro es que son grupos de personas que, en general (no exclusivamente), son denominadas y se auto-denominan como negras; y están organizadas en entidades que tienen como objetivo principal la valoración, preservación y divulgación de lo que ellos entienden por 'cultura negra' (Silva 2004:204).

En este sentido, se procura retomar la idea según la cual más allá de que el desfile de carnaval continúe siendo uno de los objetivos principales de esos grupos, no es el único y no puede ser percibido como el más importante.

Aquí se estudian las relaciones establecidas entre lo que se piensa de los grupos afro y la idea que se tiene de la cultura negra y como todo se conforma como producto turístico. Antes de hacer referencia a las formas a partir de las cuales se establece la interacción entre turistas, empresarios, Estado y grupos afro, es preciso destacar los resultados de las diversas entrevistas realizadas a los actores sociales involucrados. Éstas buscaban analizar la forma en que eran percibidos los grupos afro y las preguntas se concentraron en la definición de cada actor social sobre lo que es un grupo afro.

Los resultados obtenidos fueron divididos en dos núcleos semánticos fundamentales (Tabla 1). El primero de ellos contempla a los grupos afro y responde a la definición del grupo afro como *autóctono*. El segundo responde a la definición de extranjero, conformada por aquellos que no participan directamente de los grupos. Aquí, las palabras autóctono y extranjero no son utilizadas en un sentido amplio, que correspondería a los nativos y extranjeros de Ilhéus o de Bahia o de Brasil, sino en el sentido de aquello que está a mayor o menor distancia del contexto de producción de las manifestaciones de la cultura negra representadas por los grupos afro.

Tabla 1. División de los resultados

Definición/Ac tor Social	Integrantes de grupos afro	Agentes de Políticas Públicas	Turistas	Empresarios de Turismo
Núcleo Semántico "Autóctono"	El grupo afro es: - Un modo de vida - Expresión de la etnicidad - Fuente de ingreso			
Núcleo Semántico "Extranjero"		El grupo afro es: - Sólo un producto turístico cultural	El grupo afro es: -Una exhibición folclórica	El grupo afro es: - Un espectáculo para el turista

Fuente: elaboración propia

La división entre estos dos grupos semánticos puede ser observada también a partir de situaciones de interacción entre los actores sociales estudiados, ya que los dos discursos responden a acciones que demuestran la manera como se ve la cultura negra. Estas interacciones y acciones ayudan a dilucidar el contexto que agrupa las opiniones de turistas, empresarios turísticos y agentes de políticas públicas en un mismo núcleo semántico.

Ambos núcleos son producidos a partir de la diferenciación entre significado interno y externo y sus diferencias ejemplifican la situación de descontextualización vivida por el turista y operada por agentes de políticas públicas y empresarios del sector turístico. Por un lado se

observa que para los empresarios y agentes de políticas públicas, los grupos afro son básicamente productos a ser exhibidos para los turistas; mientras que éstos últimos, expuestos a presentaciones descontextualizadas de los grupos, adhieren a ese núcleo semántico a través de la acción de sus operadores principales (el Estado y los empresarios de turismo). Por otro lado, para los propios integrantes esos grupos son su medio de vida, participan y aceptan el tipo de trabajo que se hace para el turismo porque ven en él una forma de sustento individual y de mantenimiento de la actividad del grupo.

PUBLICIDAD TURÍSTICA Y CULTURA NEGRA COMO PRODUCTO

A través de los receptivos turísticos de Ilhéus se pueden comprobar estas relaciones semánticas expuestas en la Tabla 1. El puerto de Ilhéus ha sido un lugar privilegiado de la ciudad durante mucho tiempo debido a la industria del cacao y por ser uno de los principales puntos de acceso a la ciudad, ya que las rutas de interconexión dentro del mismo estado y con el resto del país siempre fueron bastante precarias y solamente tuvieron un papel destacado a partir de la década de 1970. En lo que respecta a la industria del cacao, el puerto siempre fue un punto de controversias por tener la costa de ingreso muy corta y varios bancos de arena lo cual limita la utilización de barcos de carga del tamaño que exige la producción de cacao, principalmente para exportar. A partir de la década de 1990, cuando el turismo se presenta como principal vector de desarrollo local, el puerto recupera un lugar destacado albergando a los cruceros turísticos.

Si bien los cruceros permanecen poco tiempo en la ciudad, aportan recursos al comercio local y funcionan como publicidad turística para la ciudad. Debido a esto se creó una estructura especial para ofrecer la ciudad al turismo y así incentivar a los organizadores de los cruceros a permanecer más tiempo en la ciudad. Precisamente los grupos afro se insertan dentro de esta estructura especial creada para los turistas (receptivo turístico municipal).

El *receptivo turístico municipal* es organizado por el municipio y tiene la función de recibir a los turistas de los cruceros y mostrarles la cultura local a través de la contratación de artistas y manifestaciones culturales locales para mostrar las características de Ilhéus. La importancia que el municipio atribuye a estos receptivos es simbólica porque se ponen en discusión los aspectos culturales que se consideran típicos del lugar y cierta división en jerarquías entre ellos. Esto puede verse en el artículo que se transcribe a continuación publicado en Ponto Turístico, una publicación local que está dirigida a empresarios del sector turístico municipal y que es editada por el municipio.

Buen comienzo: 800 turistas extranjeros desembarcaron en Ilhéus en el mes de marzo

Cerca de 800 turistas nacionales y extranjeros desembarcaron en el Puerto de Ilhéus el mes pasado. La mayoría de ellos eran europeos que estaban de paso por Brasil desde la llegada del carnaval. En Bahía, además de Ilhéus, los turistas visitaron Salvador, última escala del navío *Costa Marina* en Brasil. El grupo fue recibido por el presidente de Ilhéus, Romualdo Pereira y cuando desembarcaron los recibieron bahianas, "Gabrielas" y grupos folclóricos locales. Asimismo en el Puerto de Ilhéus, los turistas probaron algunos manjares de la gastronomía bahiana y regional. El grupo estaba formado por italianos, franceses, españoles, portugueses, alemanes y algunos brasileño (Ponto Turístico Nro. 0 Año 1 pp. 02).

La organización de los receptivos turísticos estaba a cargo de la Setur, empresa de turismo municipal que hoy en día ha sido sustituida por la Secretaría de Turismo de Ilhéus. Además de grupos afro, el municipio contrata artistas y profesionales locales vestidos de bahianas y de "Gabrielas" para mostrar a los turistas. Si bien la participación en los receptivos turísticos no es imprescindible para los grupos afro de la ciudad, es importante para elevar su ingreso y para realizar más actividades durante el año.

Las "Gabrielas" son jóvenes vestidas de forma alusiva al personaje Gabriela de las obras de Jorge Amado, fundamentalmente *Gabriela, Clavo y Canela* (2002) cuyo escenario es Ilhéus y cuyo imaginario es considerado representativo de la imagen de la ciudad.

Durante algún tiempo la municipalidad contrataba a los grupos afro asociándose con el CEAC (Consejo de Entidades Afro-Culturales de Ilhéus). Así, cada uno de los 13 grupos afiliados al CEAC participaba de manera igualitaria en las actuaciones para los turistas de los cruceros. Esto generaba un ingreso equitativo y mantenía una relativa armonía entre sus miembros debido a que existía consenso acerca de la necesidad de estar unidos a través del consejo para evitar que la municipalidad abusara de ellos otorgándoles una baja remuneración.

No obstante no se puede decir que los grupos fueran afortunados por estas representaciones debido a:

- 1) La baja remuneración.
- 2) Los conflictos internos y externos que dichas representaciones causaban en los grupos.

En general los turistas son recibidos por las bahianas y "Gabrielas", asisten a una representación de los grupos afro y participan de una degustación de comida típica. La razón por la cual estas representaciones generan discordias dentro de los grupos, entre ellos, y con la propia municipalidad, es el lugar destacado o no que se le da a los grupos, el cual se refleja en la baja remuneración.

Con la gestión política que se inició en 2005 las controversias se incrementaron porque el CEAC ya no estuvo a cargo de las contrataciones sino que los grupos eran contratados directamente por la municipalidad, la cual se inclinó por los grupos de capoeira. Los grupos afro quedaron afuera, pero no las bahianas y las "Gabrielas"; lo cual provocó reclamos por parte de los primeros, quienes consideraban que la municipalidad estaba generando desunión entre ellos.

Además de lo señalado, a partir de los receptivos surgieron otras cuestiones relativas a la imagen de la cultura negra en Ilhéus, ya que en ellos se pone en juego lo que se muestra a los turistas como típico de Ilhéus y, es en este aspecto, donde los grupos afro son obligados a hacer algunas concesiones. En primer lugar es preciso destacar el énfasis que se le da a la obra de Jorge Amado al presentar a sus personajes (las Gabrielas) como típicos de Ilhéus, haciéndolos formar parte esencial de su imagen turística y, consecuentemente, de la imagen de la cultura negra en la ciudad.

Esta creación ficticia de la imagen de la ciudad es responsabilidad de los operadores de turismo. Desde el punto de vista de gran parte de la elite local y del Estado, lo que es típico de Ilhéus son los personajes de Jorge Amado; mientras que la cultura negra no es tan importante y se la ve como un producto turístico lo que se ha denominado núcleo semántico extranjero.

Otro conflicto que ha surgido con las representaciones de los grupos afro se relaciona con la *danza del fuego*. Ésta se realiza con antorchas y ropas que remiten a una África tribal que ya no existe pero que sirve de referente para los grupos afro en relación al mantenimiento de sus tradiciones. No se discute la validez de estas representaciones como manifestación cultural de los grupos brasileños vinculados a la cultura negra, sino que su presentación para el turismo tiene connotaciones que ponen en juego dos visiones de la cultura negra en la ciudad.

Obviamente para los grupos afro ese tipo de representaciones no refleja su vida cotidiana sino que son una imagen, un emblema que refleja las raíces de su modo de vida, lo que se ha llamado el núcleo semántico autóctono.

El uso turístico por parte del poder público de estas representaciones muestra la visión que las autoridades públicas tienen sobre la cultura negra en Ilhéus. En general los grupos contratados poseen diversas tradiciones y manifestaciones culturales diferentes. Se evocan las tradiciones Angola y Nagô y además de los grupos afro también están presentes los de capoeira y maculelê. No obstante, la danza del fuego aparece como común denominador de todos ellos debido a que es considerada muy atractiva para el turismo. El municipio y los empresarios privados incentivan a los grupos a que la incluyan porque dicen que es lo que *el turista quiere ver*, que *el turista quiere show*. Y los grupos aceptan esto más allá de que sus características sean muy dispares como un grupo afro de tradición angoleña y un grupo de

capoeira directamente relacionado con el candomblé. Esa concesión de los grupos nace de la idea de que necesitan el ingreso para sustentar a los integrantes y al propio grupo.

A continuación se transcribe el relato de un funcionario público en donde se puede percibir la exageración con que describe la situación:

Ahora ellos mostraron algo que no tenían, un arma de fuego; entonces con esta atracción la gente podría llevar a los turistas a la ciudad para ver un show cada media hora de capoeira y de fuego, más un trago y un bocadillo; vas a ver como la gente va a ganar dinero! (Entrevista a funcionario público)

La valoración de este tipo de representaciones, principalmente en el contexto turístico (ya que fuera de este contexto son poco comunes), genera cierto tipo de convención en torno de aquello que debe ser presentado como cultura negra al turista. Esas convenciones contribuyen a darle un carácter folclórico a las manifestaciones culturales caracterizando a de esa manera a los propios grupos en vez de culturales, siendo el último lo título que la mayoría prefiere.

Puede decirse entonces que, en el ámbito turístico, existen dos discursos relacionados con la cultura negra que entran en conflicto y al mismo tiempo se confunden. Son el sustentado por los empresarios turísticos, los funcionarios públicos y los turistas -denominado discurso extranjero- donde la cultura negra es vista como un objeto folclorizado vinculado a tradiciones africanas arcaicas que no tienen vigencia salvo como atracción o como show. Este discurso le da a los grupos afro la categoría de folclore, producto turístico y show.

Por otro lado está el discurso vinculado a los grupos afro que percibe a la cultura negra como un modo de vida, como expresión de la etnicidad y como tradición, denominado discurso autóctono. Éste acaba cediendo al discurso contrario y los grupos terminan realizando ese tipo de representaciones para conseguir espacio en el mercado turístico. Talavera (2003:37) afirma que:

[...] en gran medida, debido a la presión de la sociedad y de la economía global sobre los sistemas locales, algunos rasgos culturales concretos son convertidos en recurso, producto, experiencia y resultado.

Parece ser ese el caso de las manifestaciones culturales de los grupos afro de Ilhéus. Complementando este análisis Krippendorf (2000:51) considera que los turistas son, en general, poco escuchados respecto a sus motivaciones de viaje y lo que realmente esperan encontrar en la localidad de destino. Esto, unido a las dificultades relacionadas con la interacción entre turistas y residentes locales, genera lo que el autor llama *proceso de confirmación recíproca de clichés*.

En general, ni el turista ni el habitante local saben cómo es, de hecho, el universo del otro. He aquí por qué el viaje la mayoría de las veces conduce a la confirmación recíproca de clichés (Krippendorf 2000:87).

El deseo de conocer determinada cultura o destino responde a los efectos de la publicidad turística más que al propio y real interés. Esta distorsión acarrea otras, como la formación de una imagen ideal sobre un destino turístico que el viaje pretende confirmar y que resulta en una estereotipificación de la cultura y de los habitantes locales.

Lo que algunos autores llaman islas de fantasía creadas como consecuencia de este proceso, son para Molina (2003:27) una de las características del Post-Turismo, o sea, un proceso de aislamiento del turista en espacios planeados especialmente planificados de manera de separarlo de la cultura y de los habitantes locales. A continuación se transcribe el relato de un turista quien plasma esta realidad:

Los grupos son muy interesantes porque trabajan la cultura a través de la danza, la música, el capoeira, que es muy interesante, porque ese tipo de cosas forma parte de un Brasil que en las grandes ciudades del Sudeste no existe pero que la gente quiere ver. Ese espectáculo es la cultura. (Entrevista a turista)

Aquí el turista aparece como alguien que observa la cultura negra de la ciudad como una manifestación arcaica, como algo que no existe más allá del universo simbólico y, de cierta forma, transforma el regreso a ese pasado perdido en el objetivo del viaje. MacCannell (1976) señala que el turista moderno es un *estructuralista arquetípico* que busca estructuras míticas que pertenecen a un espacio y tiempo imaginados, y que el viaje tiene la función de rescatar. Esa visión que busca el turista es obviamente la visión que venden los organizadores de viajes y se puede observar en el siguiente extracto de una entrevista a un empresario local:

Yo creo que esos grupos tienen mucho potencial y que es lo que el turista quiere ver. Si el turista viene a Bahía y no ve capoeira, la cultura negra, se va molesto porque no vio las cosas que él quería ver. Esos grupos tienen una oportunidad muy buena de representar la cultura de Brasil y de Bahía a los turistas gringos no! (Entrevista a un empresario del sector turístico)

Las representaciones en hoteles obedecen a la lógica del aislamiento y la descontextualización. Así, las representaciones de los grupos se realizan en estructuras aisladas, distantes de los contextos originales y sin la posibilidad de una interacción efectiva. Se busca que el turista asista a una representación cultural como si fuese un show de cualquier tipo, lo que acaba por confirmar los clichés.

LAS REPRESENTACIONES EN LOS HOTELES Y LOS CLICHÉS

Las representaciones de los grupos afro en los grandes hoteles de lujo se realizan cada vez con menor frecuencia. Estuvieron en la cúspide cuando se produjo el furor mediático nacional de grupos como Olodum, Araketu, entre otros; pero su estructura no ha cambiado demasiado a lo largo de los años. En el caso que ocupa a este artículo hay que destacar que interesa su estructura ya que refleja los discursos sobre la cultura negra en la ciudad.

Los hoteles de lujo que más contratan este tipo de representaciones son los *resorts* u otros hoteles lujosos que por un motivo u otro no pueden ser encuadrados en esta categoría. Estos hoteles (Krippendorf 2000, Cruz 2003 y Moesch 2002) son empresas cuya característica principal es cierto aislamiento en relación a la localidad de destino, motivo por el cual algunos autores los llaman *islas de fantasía* o *burbujas*.

Las representaciones de los grupos afro en hoteles de este tipo en Ilhéus son normalmente nocturnas y están sujetas a condiciones de trabajo muchas veces adversas para los grupos, como bajas remuneraciones o espacios limitados para realizar el espectáculo. Aún así, en general son vistas como concesiones necesarias para el mantenimiento de algunas actividades del grupo. El siguiente relato de una empresaria del sector hotelero ilustra las representaciones y se refiere al sentimiento que se espera que despierten las mismas:

Es sorprendente, crean, tienen maculelê, capoeira, tienen los orixás que son lindos, todo se ve a través de la fantasía, es lo más lindo del mundo. Yo lo había visto en televisión, no se si lo viste alguna vez, estuvieron en Salvador, en Goiânia. Yo no sabía que viene Oxum [la expresión "viene Oxum" narra la posesión de los miembros del grupo por la entidad Oxúm que es simulada por el grupo en la presentación. Oxum es el nombre en lorobá de una "Diosa" del panteón del candomblé], no lo sé, la danza del fuego. Cada uno tiene su reino. Es lindo, muy lindo, deslumbrante. (Entrevista a empresaria del sector turístico)

La relación, que se comprobó durante el trabajo de campo, entre los empresarios y los grupos afro a través de esas representaciones responde a la idea de que se está pagando por un show de artistas locales, como una banda de pagode (música popular de Brasil), de axé o de otro tipo. Así el tratamiento que se les da a los grupos afro no es diferente del que se daría a alguna banda local. Pero considerando que se trata de una manifestación cultural que pretende presentarse como típica deberían recibir otro tipo de trato. En general los grupos afro interpretan que el trato que reciben responde a la discriminación hacia ellos, el desprecio por su trabajo y el racismo.

Más allá de que estos argumentos sean reales también intervienen otros factores. Como se dijo, quienes contratan este tipo de representaciones son los hoteles cuya característica

principal es su aislamiento de las ciudades, por lo tanto la interacción de los huéspedes con la comunidad local es la menor posible. Para Krippendorf (2000:86) esto acontece porque, para ciertos tipos de turistas, existe un gran contraste entre su realidad y la realidad local.

A fin de atenuar el choque cultural y de preservar la calidad del descanso, se ubica al turista a salvo del país receptor y de sus habitantes, instalándolos en guetos o similares, lugares que le resultan familiares. El contacto intensivo con los habitantes locales, sobre el cual presume la publicidad, se vuelve ocasional durante las excursiones en ómnibus climatizados, bajo la protección del guía turístico en el ámbito tranquilizador del grupo. Lo que debería ser un encuentro se transforma en el "síndrome del zoológico": unos y otros se observan. (Krippendorf 2000:86)

Esto es lo que sucede en los hoteles de Ilhéus con la interacción entre turistas y residentes locales y, en consecuencia, con los grupos afro. En el caso de estos últimos en vez de que el turista asista a las representaciones de los grupos en la ciudad (en buses climatizados), los grupos se acercan a los turistas (en transportes bastante más precarios). Sin embargo el síndrome de zoológico se produce. El turista observa el espectáculo a distancia, sin contacto con el contexto social de los grupos, a quienes perciben como un estereotipo de lo exótico. En las representaciones (en hoteles o receptivos turísticos) el uso intenso de las máquinas fotográficas retrata ese síndrome de la observación y registro de lo exótico.

Si bien podría suponerse que los grupos deberían negarse a esta folclorización de sí mismos, ellos lo ven como un mal necesario:

Es una necesidad del movimiento negro de Ilhéus sabe, es una necesidad porque la gente no tiene poder... quiero decir que nosotros debemos hacer las representaciones para el turista porque vamos a usar el ingreso para nuestra supervivencia durante todo el año. Yo creo que es importante para que el nombre del Dilazenze (grupo afro) sea conocido afuera. [...]No creo que el 100% de los turistas lo reconozca pero algunos reconocen el trabajo de la gente. En una presentación si hay un turista al que le gusta nuestro trabajo y pide contactarse, puede venir a conocernos, saber de dónde venimos, cuales son nuestras raíces. Aunque eso es muy raro. (Entrevista a integrante de un grupo afro)

Aquí, esta persona reconoce que las representaciones son necesarias para al sustento del grupo y del movimiento y, en cierto sentido, presenta inclusive la esperanza de que a través de ellas los turistas y la sociedad local los reconozcan. En contraste con la visión del núcleo semántico extranjero, aparece una visión de los grupos afro como modo de vida singular:

El Dilazenze no hace esto por interés, no, sino porque nos guste nuestra raza, que nos gusta nuestra cultura, nos gusta mostrar lo que es también la cultura del negro, la resistencia. Nosotros estamos aún buscando nuestra libertad, nuestra alegría y el Dilazenze es eso. El

Dilazenze es cultura, el Dilazenze es arte, el Dilazenze es entretenimiento. (Entrevista a integrante de un grupo afro)

Así el núcleo semántico autóctono percibe al grupo como una expresión de la singularidad de un modo de vida completo y complejo, y no como alguno de sus rasgos culturales (danza, música, etc.) separados y descontextualizados. De esta forma, los grupos entienden que las representaciones turísticas tienen la función de difundir el trabajo del grupo y la cultura negra. La visión de los grupos afro como núcleo autóctono parte de la percepción de que:

[...] culturas, o pueblos, o grupos étnicos separados, no son un puñado de elementos semejantes distinguidos por los límites del consenso: son varios modos de implicación en una vida colectiva que ocurre en una docena de niveles diferentes, en una docena de escalas diferentes y en una docena de ámbitos diferentes, al mismo tiempo. (Geertz 2001:223)

Si bien se admite la percepción de los grupos de forma segmentada en la danza, la música y la política, se entiende que tales disciplinas sólo funcionan en conjunto, imbricadas una dentro de la otra. No obstante, la separación y selección de aspectos de la cultura por parte de los agentes intermediarios para exhibirla al turista, contribuye a construir una visión sobre la cultura negra de la ciudad basada en clichés que se confirmarán con el viaje. Los turistas conocen a los grupos afro desde una perspectiva indirecta, o sea, mediados por el municipio; en las representaciones realizadas para los receptivos o los hoteles. Incluso en los casos en que los turistas dejan los hoteles y pasean por la ciudad, generalmente lo hacen por intermedio de agencias de turismo.

En el siguiente relato se transcribe la respuesta de un empresario del sector turístico respecto a si su hotel lleva turistas hacia el carnaval de Ilhéus:

Ahora tenemos una empresa que trabaja con nosotros, es la representante CVC en Ilhéus, la NV. Ellos tienen paquetes destinados a los turistas para visitar y conocer un poco ese aspecto de la ciudad, de la cultura de la ciudad y su centro histórico. En verdad esta es una cuestión que compete a las agencias de turismo, a NV turismo... (Entrevista a empresario del sector turístico)

De esta manera el turista se encuentra con una visión *de segunda mano* de los grupos afro, y el encuentro con ellos está mediado por las interpretaciones de los empresarios y funcionarios públicos. Ese aislamiento del turista de la localidad visitada y la construcción de una visión de segunda mano provocan que se califique a los grupos afro como grupos folclóricos, manifestaciones atrasadas y mera estereotipificación de la cultura local o show.

Obviamente se podría decir que la producción de esa visión tiene que ver con las características del turista local, que no se interesa por el conocimiento efectivo de la región. El turista confirma los clichés sobre la realidad local que le vendieron cuando termina su viaje.

[...] *hay otras cuestiones que podrían enunciarse al tratar la producción de turismo étnico o lo que respecta a turismo y etnicidad. Wood (1997) destacó que existen muchas instituciones que intermedian la relación entre turismo y etnicidad, pero el Estado sería la mayor de ellas. Nagel (1996) dice que siendo el Estado una institución dominante en la regulación de las etnicidades, es importante no perder de vista la construcción política de la etnicidad a través de las designaciones étnicas oficiales, la distribución de los recursos, y las reglas y espacios de acceso político (Grunewald 2003: 151).*

Así, el Estado se impone como la estructura reguladora más importante en la relación entre grupos afro y turistas e influye decisivamente en la manera en que el turista percibe la imagen de los grupos afro. Esa forma de manejo de la estructura turística podría ser considerada de acuerdo con Guattari (1981:191) como un proceso de *sobre codificación capitalista*, o sea como un momento en el cual el capital como operador semiótico sobre codifica todas las esferas de la realidad ajustándolas a sus códigos.

A los grandes capitalistas del turismo les importa poco si el turista no conoce nada de la realidad local; su objetivo principal es proporcionar descanso y actividades recreativas a cambio de una maximización del lucro. Si tal estructura contribuye además con la creación de clichés sobre los países subdesarrollados y las culturas atrasadas y la realización de la plusvalía simbólica del sistema; mejor aún. Esto es lo que ocurre con los encuentros entre turistas y grupos afro de Ilhéus.

CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo se intentó mostrar la forma en que se producen los encuentros culturales entre turistas e integrantes de grupos de cultura negra en la ciudad de Ilhéus. Esas interacciones se realizan mediante dos grandes grupos de discursos que se denominaron de *núcleo semántico extranjero* y *autóctono* en relación a la cultura negra (no necesariamente a la ciudad de Ilhéus o a Brasil).

Esos dos núcleos semánticos están compuestos por integrantes de grupos afro (autóctono) y los operadores de turismo y los turistas (extranjero). Se observó que través de los operadores de turismo en gran parte las interacciones reproducen la función de los viajes como confirmadores de clichés respecto de la cultura local. Estos últimos aparecen como grandes grupos de interés capitalista cuya función es mantener el sistema. La producción y confirmación de imágenes estereotipadas y descontextualizadas, lejos de ser frutos ocasionales de un sistema complejo, son parte de su razón de ser.

La interacción del turista con la realidad local, principalmente cuando se trata de viajeros que provienen de países ricos y visitan países pobres, está lejos de ser el motivo principal del viaje. El turismo como estructura empresarial no se propone que el viaje sea fuente de aprendizaje o de comprensión entre los pueblos. La estructura intenta mantener las jerarquías previas, construyendo espacios de descanso y recreación que reproduzcan las estructuras de división y jerarquías de los pueblos, produciendo ideas falsas y oposiciones maniqueístas (como culturas superiores y atrasadas, pueblos civilizados y salvajes, blancos racionales y negros místicos).

Así, el turismo puede ser percibido como un engranaje de un modo de producción y de un sistema simbólico que divide y jerarquiza pueblos, culturas, colores, credos e ideas; y cuya función es producir durante el período de descanso la confortable confirmación de la validez de la estructura como un todo. De esta manera, en el engranaje capitalista de orden mundial el turismo ha servido la mayoría de las veces como una estructura de la plusvalía simbólica, reforzando el status-quo y justificando la producción de representaciones estereotipadas de pueblos, grupos e individuos.

Obviamente se trata de una cuestión compleja y sin solución aparente. No obstante, se puede afirmar que el camino para romper las distorsiones que presenta la relación entre grupos afro de Ilhéus y los demás actores sociales pasa por una comprensión más profunda del contexto cultural local, por parte de los organizadores del turismo.

La solución sugerida a esta problemática podría aplicarse a cualquier localidad en que se verifiquen problemas del mismo orden que éstos. Así, la principal tarea del sector turístico interesado en transformar al turismo en un instrumento positivo, capaz de lograr una mayor comprensión entre culturas diferentes, es profundizar su manera de entender la singularidad cultural de los destinos. Tal esfuerzo demanda una planificación del turismo con metas a largo plazo en el ámbito político, cultural y social; así como límites al aumento desmedido del lucro.

Agradecimiento: Este trabajo forma parte de las reflexiones surgidas de la disertación "Discurso sobre la cultura negra y turismo en Ilhéus-BA-Brasil a partir de la experiencia del grupo cultural Dilazenze" defendida por el autor en el Programa de Maestría en Cultura y Turismo de la Universidad Estadual de Santa Cruz (UESC) en Ilhéus y que se encuentra disponible en el sitio de la institución (www.uesc.br). Asimismo, el autor agradece a la Fundación de Amparo e Investigación del Estado de Bahía (FAPESB) por el otorgamiento de una beca que permitió la realización de su disertación como la de este artículo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amado, J.

2002 Gabriela, Cravo e Canela: crônica de uma cidade do interior. Record, São Paulo

Cruz, R.C.A.

2003 *Introdução à geografia do turismo*. Roca, São Paulo

Fernandes, F.

1978 *A integração do negro na sociedade de classes*. Ática, São Paulo

Geertz, C.

1997 *O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa*. Petrópolis, RJ: Vozes

2001 *Nova luz sobre a antropologia*. Editora Zahar, Rio de Janeiro

Grunewald, R.

2003 *Turismo e etnicidade*. *Horizontes Antropológicos* 9(20):141-159

Guattari, F.

1981 *Revolução molecular: pulsações políticas do desejo*. Brasiliense, São Paulo

Krippendorf, J.

2000 *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Aleph, São Paulo

MacCannell, D.

1976 *The tourist: a new theory of the leisure class*. Schocken, New York

Moesch, M.M.

2002 *A produção do saber turístico*. Contexto, São Paulo

Molina, S.

2003 *O pós-turismo*. Aleph, São Paulo

Prefeitura Municipal de Ilhéus, Empresa Municipal de Turismo (ILHÉUSTUR)

2000 *Bom começo: 800 turistas estrangeiros desembarcaram em Ilhéus no mês de março*. Ponto Turístico, Ilhéus

Risério, A.

1981 *Carnaval Ijexá. Notas sobre afoxés e blocos do novo carnaval afrobaiano*. orrupto, Salvador

Talavera, A.S.

2003 *Turismo Cultural, Culturas Turísticas*. *Horizontes Antropológicos* 9(20):31-57

Scherer-Warren, I. & Ferreira, J.M.C.

2002 *Transformações sociais e dilemas da globalização: um diálogo Brasil/Portugal*. Cortez, São Paulo

Silva, A.C.C.

2004 *Agenciamentos coletivos, territórios existenciais e capturas uma etnografia de movimentos negros em Ilhéus (Tese de Doutorado)*. Museu Nacional, UFRJ, Rio de Janeiro

Recibido el 08 de febrero de 2008

Correcciones recibidas el 10 de marzo de 2008

Aceptado el 02 de abril de 2008

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués