

EL TURISMO EN LA DINÁMICA TERRITORIAL

¿Lógica global, desarrollo local?

Karoliny Diniz Carvalho^{*}
Sócrates Jacobo Moquete Guzmán^{**}
Universidade Estadual de Santa Cruz
Ilhéus, Bahia – Brasil

Resumen: El presente artículo busca analizar el proceso de apropiación turística de los territorios, mediante la implementación de proyectos y modelos de desarrollo exógenos que producen nuevas territorialidades, que repercuten en el estilo de vida y en la vida cotidiana de las comunidades locales. Así, el estudio relaciona cuestiones de territorialidad, turismo y globalización, buscando reflexionar sobre el proceso de reconfiguración e hibridación territorial como resultado de la práctica social del turismo. A partir de la realización de una investigación bibliográfica de carácter descriptivo, el estudio apunta a la necesidad de considerar las particularidades de los territorios en la formación de productos turísticos, promoviendo mayor articulación entre los agentes locales en la gestión de los destinos, así como una mayor interacción entre lo global y lo local en busca de la sustentabilidad de los proyectos turísticos.

PALABRAS CLAVE: globalización, turismo, territorialidad, sustentabilidad, desarrollo local.

Abstract: *Tourism in the Territorial Dynamics: Global Logic, Local Development?* This article aims to analyze the process of appropriation of the tourist areas through the implementation of projects and models of development externalities that cause the production of new territoriality, with repercussions in life styles and daily life of local communities. Thus, the study relates issues of territoriality, globalization and tourism, trying to reflect on the process of reconfiguration and hybridization territorial as a result of the social practice of tourism. After performing a literature search of a descriptive nature, the study points to the need to address the particularities of the territories in the formatting of tourism products, promoting greater coordination among the local agents in the management of destinations, as well as greater interaction between the global and local in the achievement of sustainable tourism projects.

KEY WORDS: globalization, tourism, territoriality, sustainability, local development.

INTRODUCCIÓN

Actualmente se asiste a un creciente proceso de tecnificación y virtualización que impregna todas las prácticas sociales engendradas por el capitalismo en su carácter posindustrial, destacándose el turismo. Siendo la actividad turística un fenómeno social intrínsecamente relacionado con las demás

^{*} Maestranda en Cultura y Turismo por la Universidad Estadual de Santa Cruz (UESC- BA), Ilhéus, Brasil; investigadora de la Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB) Salvador, Brasil, y Licenciada en Turismo por la Universidad Federal do Maranhão (UFMA) São Luís, Brasil. E-mail: karol27_turismo@yahoo.com.br

^{**} Doctor en Ciencias Políticas por la Universidad Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil y Magister en Economía por la misma institución. Se desempeña como Profesor adjunto en la carrera de Economía de la Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) Ilhéus, Brasil, y como profesor de la maestría en cultura y turismo de la misma institución. E-mail: socrates@uesc.br

esferas que componen una determinada realidad, los nuevos preceptos paradigmáticos característicos de la era posmoderna la afectan sobremanera, desencadenando nuevos modelos de apropiación y consumo de los espacios urbanos y naturales.

El advenimiento de la posmodernidad y de la globalización acarrea, en el contexto de la operatividad turística, un mecanismo de artificialidad y espectacularización de los paisajes urbanos y naturales, en pro de un consumo masivo. Consecuentemente, diversos lugares son remodelados a fin de atender las nuevas necesidades de la demanda turística.

Considerando que el producto turístico abarca una serie de elementos necesarios para la atención de las expectativas de consumo de los visitantes (atractivos, accesibilidad, equipamientos y servicios) al apropiarse de los territorios, la actividad turística se convierte en uno de los principales agentes intervinientes de la dinámica de las relaciones sociales previamente establecidas, engendrando un proceso dialéctico de producción de nuevas territorialidades.

Este artículo intenta analizar el proceso de apropiación turística de los territorios, haciendo hincapié en las interferencias de la actividad en la dinámica de los lugares, mediante la implementación de proyectos y modelos de desarrollo exógenos, produciendo nuevas territorialidades, que afectan la forma de vida de las comunidades locales.

Para la creación del marco teórico se recurrió a la investigación bibliográfica y documental, con base en las consideraciones de Dencker (1998) acerca de los procesos de investigación en turismo. El estudio busca la relación entre identidad (Hall, 2001), tránsito turístico (Simões, 2008) y globalización (Appadurai, 1999), reflexionando sobre el proceso de reconfiguración e hibridación territorial, como resultado de la práctica social del turismo (García Canclini, 2000; Rodrigues, 2006; Coriolano, 2009).

El trabajo se estructura de la siguiente forma: inicialmente, se presentan algunos aspectos de la dinámica turística en los territorios destacándose lo que respecta a la apropiación de los contenidos materiales y simbólicos; buscando satisfacer las necesidades de la demanda turística, con la consecuente transformación de los territorios en bienes de consumo. Seguidamente, se aborda el proceso de hibridación territorial y la producción de nuevas sociabilizaciones, mediante la implementación de proyectos turísticos en las comunidades receptoras.

Posteriormente, el artículo discute la sustentabilidad en el ámbito del turismo, resaltando la importancia del compromiso y la participación de las poblaciones locales en el sentido de potencializar los valores naturales y culturales como elementos diferenciadores de la oferta turística de los destinos, buscando ampliar los beneficios de esa actividad.

EL TURISMO EN LA DINÁMICA TERRITORIAL

Las vivencias de los grupos sociales están relacionadas con las diferentes formas de apropiación y uso del espacio geográfico, destacándose las dimensiones materiales y simbólicas a partir de las cuales se establecen los vínculos entre las acciones culturales desarrolladas a lo largo de la trayectoria de una comunidad y los territorios que las materializan.

Los territorios se crean a partir de determinada intencionalidad y, como construcción humana, son constantemente redefinidos y adaptados a las necesidades de los grupos sociales (Cammarata, 2006). Surgen, así, de un tipo particular de percepción y apropiación del espacio, siendo constituidos por formas de organización social, comunicación grupal y lazos de solidaridad comunitaria específicos, ligando a los individuos con un pasado u origen común.

En los territorios se establecen las prácticas cotidianas, las relaciones socioeconómicas y las manifestaciones culturales, convirtiéndose en espacios donde una comunidad encuentra su sistema de referencias. Además de poseer una dimensión material, ya que se configura mediante la disposición de elementos físicos, el territorio se construye de forma intersubjetiva presentando una dimensión cognitiva. En él se destacan el sistema de flujos; las relaciones sociales y políticas; y las memorias, legados, códigos culturales, símbolos, representaciones e imaginarios sociales compartidos. Ese conjunto de elementos propone una noción de territorio dinámica y polisémica.

Se comprende que los territorios se presentan como sitios simbólicos de pertenencia, reveladores de vivencias, creencias, ritos, rituales, celebraciones, costumbres y estilos de vida de las comunidades (Zaoual, 2006). Así, el concepto de territorio puede ser entendido como el resultado de esas prácticas sociales distintas y del sentimiento de pertenencia que le es inherente, revelando la función identitaria.

Tomando como referencia a Hall (2001), se comprende la identidad de forma dinámica y mutable, transitando en diferentes sistemas culturales, sin límites o matices definidos. En ese sentido, los territorios se configuran como un producto que refleja la sociedad y como un proceso ya que los valores, sentidos y significados del paisaje natural y urbano cambian constantemente durante los procesos históricos y culturales.

La existencia de marcos simbólicos y referenciales identitarios define la personalidad del lugar (Yázigi, 2001), convirtiéndolo en uno de los principales beneficiados por el tránsito turístico hacia las diversas localidades. La actividad turística presenta múltiples posibilidades de consumo de los lugares, variando de acuerdo con las preferencias intrínsecas de cada grupo de visitantes y de las vivencias que éstos eligen como prioritarias durante su período de ocio.

El entrecruzamiento entre turismo y territorio marca que el primero contribuye con la reinterpretación de la memoria y de las tradiciones, restaurando a partir de la aceleración de los contactos simbólicos; actuando de esa forma, como vector de reconstrucción cultural (Ascanio, 2003). El turismo es aprendido como factor posibilitador del cambio cultural, readaptando los contenidos simbólicos de los lugares para atender las necesidades de la demanda, *generando un proceso constante de creación y recreación del sentido de pertenencia, pasado, lugar, cultura y posesión* (Santana Talavera, 2003: 44). [“generando um processo constante de criação y recreación del sentido de pertencia, pasado, lugar, cultura y posesión” (Santana Talavera, 2003: 44)].

Ante el creciente panorama de profundas transformaciones en las relaciones sociales y del proceso de globalización del capital económico y cultural, sumado a la difusión de redes globales en amplios sectores de la realidad económica, el turismo proporciona la redefinición de los usos de los territorios, agenciando las especificidades naturales y culturales de las regiones, y generando oportunidades de desarrollo social y económico.

El proceso de globalización de la economía internacional, la evolución de los transportes, las facilidades y la rapidez en las comunicaciones, obtenidos con el avance de la tecnología de la información, entre otros factores, transformaron la inaccesibilidad en accesibilidad y posibilidad [...] en ese sentido, el término turismo global aparece significando tanto la globalización de los viajes, como la expansión, la integración, la fusión y la internacionalización de las empresas y emprendimientos turísticos (Rejowski, 2002: 97).

“O processo de globalização da economia internacional, a evolução dos transportes, as facilidades e a rapidez nas comunicações obtidas com o avanço da tecnologia da informação, dentre outros fatores, transformaram a inacessibilidade em acessibilidade e possibilidade [...] nesse sentido, o termo turismo global aparece significando tanto a globalização das viagens, quanto a expansão, a integração, a fusão e a internacionalização das empresas e empreendimentos turísticos”. (Rejowski, 2002: 97).

Interpretando a Rejowski (2002), se entiende que el incremento del turismo fue proporcionado por la mayor interdependencia entre las regiones, fruto de la expansión del capitalismo comercial e industrial, al mismo tiempo en que esta actividad se convirtió en un importante margen de integración e interacción a escala intercontinental.

Actualmente, el modo de producción capitalista se transformó, asumiendo nuevos lineamientos, al mismo tiempo en que extiende su radio de influencia a las diversas regiones del globo. Las empresas transnacionales y supranacionales crean nuevos mecanismos de producción, comercialización y distribución de productos y servicios en el mercado mundial.

El surgimiento de redes globales que se entrelazan y actúan en diversos sectores de la sociedad, tales como el económico, el de las artes y la comunicación o el del entretenimiento y el ocio,

promueven modificaciones en las relaciones interpersonales y pasan a caracterizarse por la fragmentación del espacio-tiempo (Giddens, 1990).

La globalización al mismo tiempo que aproxima los grupos sociales, permitiendo su interacción, produce cambios en la configuración territorial. Los lugares son constantemente reproducidos por una nueva dinámica que no obedece al ritmo de sus cambios internos, sus particularidades y características identitarias; sino que es la actividad turística uno de los elementos que suscitan ese proceso.

Considerando la complejidad del fenómeno turístico es clara su capacidad de transponer los límites y las fronteras locales, regionales y nacionales extendiendo su área de influencia a todas las esferas de la sociedad globalizada intensificando las relaciones de producción, distribución y consumo de bienes tangibles e intangibles.

La actividad turística constituye uno de los principales reflejos de la globalización económica y simbólica verificada entre las diversas localidades, interponiendo tradiciones y herencias específicas en zonas de permanente contacto y constante interacción. Como fenómeno social, el turismo legitima la conexión local-global promoviendo la interacción entre las culturas y contribuyendo en los procesos de hibridación, asimilación y traducción cultural.

Según Coriolano (2009), el turismo se reproduce transformando los espacios en mercadería siguiendo la lógica del capital. Esa actividad es una de las principales responsables de la producción de los espacios en la sociedad contemporánea desterritorializando y produciendo nuevas configuraciones geográficas. El turismo provoca cambios socio-espaciales y redefine las singularidades espaciales, además de reorientar sus usos.

De acuerdo con Boullón (2002), la práctica turística se proyecta en los espacios naturales o urbanos mediante la planificación y el ordenamiento territorial buscando atender las necesidades de la demanda turística en términos de movilidad y hospedaje, así como la valoración y adecuación de áreas para la recreación de los visitantes.

De esa forma surge el concepto de espacio turístico que puede ser comprendido como la yuxtaposición de elementos materiales y de las relaciones simbólicas que se proyectan en el espacio geográfico y condicionan los flujos de visitantes. Fratucci (2000: 65) define al territorio turístico como:

El territorio donde el turismo se realiza, y donde ocurren las interacciones e interrelaciones temporarias entre el anfitrión y el turista [hoy sumamos los agentes de mercado, los trabajadores y el Estado], los cuales tendrán un contacto directo, sin barreras (físicas o simbólicas) entre ellos y el reconocimiento de la existencia del otro, recíproca y simultáneamente.

“O território onde o turismo se realiza e onde há a ocorrência de interações e inter-relações temporárias entre o anfitrião e o turista [hoje acrescentamos os agentes de mercado, os trabalhadores e o Estado], aos quais irão permitir um contato direto, sem barreiras (físicas ou simbólicas) entre eles e o reconhecimento da existência do outro, recíproca e simultaneamente”.

Así, se puede entender que los territorios turísticos resultan de la práctica turística, ya que al mercantilizar los atractivos culturales presentes en una determinada localidad, el turismo da origen a un proceso dialéctico de creación y recreación de los lugares. Mediante la influencia de los *mass media*, del surgimiento de nuevas tecnologías de comunicación e información, la disolución de las fronteras entre los territorios, estados y naciones (Appadurai, 1999) le ha impreso a la actividad turística nuevos significados que redimensionan los territorios y el propio estilo de vida de las comunidades locales. Knafou (2001) considera tres factores determinantes en el proceso de turistificación de los territorios, a saber: el mercado, los turistas y los promotores turísticos.

Como práctica originaria del capitalismo, las leyes y normas de producción y de consumo que rigen ese modo de producción en su fase actual requieren que el turismo se adapte constantemente a las oscilaciones del mercado y a las vicisitudes de la demanda. Así, las empresas pos-turísticas actuales adquieren una visión prospectiva, siendo capaces de inferir nuevas posibilidades de usufructo de la oferta turística por parte de la demanda.

Al reconocer la importancia de la imagen del destino en la repercusión y supervivencia del producto turístico en el mercado, los promotores turísticos dirigen sus esfuerzos hacia la agregación de valor a los bienes y servicios demandados. Así, son cooptados a ofrecer e inducir experiencias creativas e innovadoras para adquirir competitividad frente a los mercados actuales y captar nuevos mercados para sus productos.

De ese modo, crean productos a partir del empleo intensivo de tecnologías aportadas por la Revolución Técnica Científica e Informativa, producida por el capitalismo (Molina, 2003). El surgimiento de nuevas tecnologías produce una nueva racionalidad en lo que se refiere a la planificación espacial de las regiones con potencial para el turismo.

Las llamadas potencialidades turísticas (naturales y/o culturales) de un lugar ya no determinan la elección, por parte del mercado, de una u otra porción del territorio para implementar estructuras de uso turístico. Los progresos de la ciencia, de la técnica y de la información permitieron que estructuras absolutamente indiferentes a su entorno sean instaladas en los territorios. Esto confiere al mercado del turismo una enorme movilidad espacial y una considerable independencia de los factores que antes determinaban la construcción de lugares turísticos (Cruz, 2000: 21-22).

“As chamadas potencialidades turísticas (naturais e/ou culturais) de um lugar já não são mais determinantes da escolha, por parte do mercado, de uma ou outra porção do território para implementação de alguma estrutura para uso do turismo. Os progressos da ciência, da técnica e da

informação permitiram que estruturas absolutamente indiferente ao seu entorno sejam implantadas nos territórios. Isso confere ao mercado de turismo uma enorme mobilidade espacial e uma considerável independência de fatores antes determinantes da construção de lugares turísticos” (Cruz, 2000: 21-22).

Así, se dan constantes mecanismos de articulación, selección y apropiación de determinados elementos naturales y culturales, buscando su inserción en el mercado de consumo turístico. La aparición de ofertas que conjugan la experiencia simulada, la artificialidad de los espacios urbanos y naturales y la escenificación de los eventos populares, transforman a los visitantes en protagonistas de la experiencia turística mediante la creación de lugares estratégicos para el ocio, la diversión y el entretenimiento.

La intervención de los incentivos turísticos produce un creciente proceso de artificialidad, y se sustituyen los productos turísticos convencionales por ofertas que presentan un elevado nivel de tecnificación. Los productos pos-turísticos transforman a los turistas en protagonistas de la experiencia turística mediante la creación de lugares estratégicos de ocio, diversión y entretenimiento. Dichas ofertas conjugan la técnica con la infraestructura de apoyo (restaurantes, puestos de artesanías, aeropuertos).

De acuerdo con Portuguese (2001: 48), el elevado grado de tecnicismo y virtualización que caracteriza al consumo turístico posmoderno, desencadena la creación de espacios *producidos artificialmente para el consumo de los visitantes, hecho que les confiere una historicidad propia, formas muy particulares y una naturaleza cultural producida exclusivamente por el turismo*. [“produzidos artificialmente para o consumo dos visitantes, fato que a eles lhe confere uma historicidade própria, formas muito particulares e uma natureza cultural produzida exclusivamente pelo turismo”.] Como ejemplos de lugares artificiales, pueden citarse los parques temáticos, los resorts y eco-resorts, las cadenas hoteleras, y demás equipamientos turísticos.

Cruz (2001), citando a Knafou, asocia dichos lugares a los llamados productos turísticos *“fora do solo” (fuera del suelo)*; por su parte, Urry (1996) los denomina *“burbujas”*, y Harvey (1999) los considera *“islas de la fantasía”*. Augé (1994), amplía esas definiciones denominando a dichos espacios como no lugares, en la medida en que su formación y dinámica contrasta con el ideal de lugar antropológico, en su entender, un espacio que resulta de las relaciones inter-grupales y de la acción del hombre sobre la naturaleza.

Esos conceptos convergen entre sí al afirmar que los lugares producidos estrictamente para el turismo hieren los principios de identidad e historicidad de la población en la que están instalados y no establecen vínculos intrínsecos con el entorno natural y cultural donde se insertan. En la medida en que los lugares se transforman en mercadería, o sea, se tornan espectaculares y escenificados para y por el turismo, se pierden los elementos sustanciales y necesarios para el pleno desarrollo de

esa actividad al tiempo en que se reducen los lazos de afectividad de los residentes en relación a los espacios de experimentación y reciprocidad cultural.

La fragmentación de las identidades que caracteriza a la posmodernidad, asociada a la mercantilización de la cultura y a la hibridación de las sociedades contemporáneas (Hall, 2001; García Canclini, 2000) provoca cambios en las actitudes de los seres en relación a los lugares cotidianos; ahora transformados en lugares turísticos, que obedecen a nuevas racionalidades y funciones unidas a la importancia de los signos, la estética y el espectáculo en la formación y gestión de la oferta cultural como producto turístico (Urry, 1996).

Analizando las consecuencias de la sociedad globalizada y posmoderna en la dinámica de los lugares, Fonteles (2004: 74) señala el desenraizamiento de ideas y de posturas de los diferentes grupos sociales como parte integrante de ese proceso, unido al fenómeno de desterritorialización:

la sociedad global desterritorializa casi todo lo que encuentra delante. Asimismo, lo que se mantiene territorializado se desfigura. La desterritorialización es una realidad exenta de espacios y tiempo, en la cual se engendran espacios y tiempos inimaginables.

“a sociedade global desterritorializa quase tudo que encontra pela frente. Mesmo o que se mantém territorializado desfigura-se. A desterritorialização é uma realidade isenta de espaços e tempo, na qual se engendram espaços e tempos inimagináveis”.

Haesbaert (2002: 131) aporta otro elemento intrínseco a ese mecanismo, la “desterritorialización culturalista”, ocasionada por el desvanecimiento de los lazos afectivos y de los referentes simbólicos de los grupos sociales en relación a los lugares donde interceden las relaciones sociales. Dichos lugares son denominados por el autor como no territorios:

Estos “no territorios”, culturalmente hablando, pierden el sentido o el valor de los espacios aglutinadores de identidades, en la medida en que las personas dejan de identificarse simbólicamente y afectivamente con los lugares donde viven, o se identifican con varios de ellos al mismo tiempo y pueden cambiar de referencia espacial-identitaria con relativa facilidad.

“Estes ‘não-territórios’, culturalmente falando, perdem o sentido/ o valor de espaços aglutinadores de identidades, na medida em que as pessoas não mais se identificam simbólica e afetivamente com os lugares em que vivem, ou se identificam com vários deles ao mesmo tempo e podem mudar de referência espacial-identitária com relativa facilidade”

En las instancias turísticas donde se constata la artificialidad y espectacularización de los lugares para el consumo visual, un nuevo tipo de relación se establece entre los lugares turistificados y la comunidad tradicional. La incorporación de los lugares al circuito turístico provoca cambios en las actitudes de los residentes en relación a lo cotidiano y a las prácticas culturales llamadas tradicionales, ahora transformadas en bienes de consumo.

LA PRODUCCIÓN DE NUEVAS TERRITORIALIDADES EN EL TURISMO

Los territorios turísticos resultan de la práctica turística ya que al mercantilizar los atractivos naturales y culturales presentes en una determinada localidad impulsando el desplazamiento de los visitantes el turismo engendra un proceso dialéctico de desterritorialización y reterritorialización. En ese sentido, los territorios de la vida cotidiana pasan a adoptar nuevas funciones y significados, asociados al desarrollo de actividades de ocio y recreación (Rodrigues, 2006).

La especialización territorial resultante del turismo establece nuevos valores y significados con la constitución de territorios híbridos, donde los diferentes agentes sociales (gestores públicos, empresariado, prestadores de servicios turísticos y comunidades locales) interactúan en una compleja red de relaciones e intereses diversificados y, en algunos casos, conflictivos.

Las relaciones engendradas por la práctica turística conducen al establecimiento o a la producción de nuevas territorialidades, las cuales redefinen no sólo el uso de los espacios urbanos o naturales, sino el significado y el valor social atribuidos a ellos por los residentes. Ese escenario puede ser ejemplificado con la valoración de las áreas en busca de disfrute turístico y la consecuente instalación de equipamientos turísticos y emprendimientos que contrastan marcadamente con la realidad social de los destinos:

Los mega emprendimientos subordinados a esta lógica diseñan nuevas funcionalidades territoriales, desestructurando la organización social local; imprimiendo, por lo tanto, nuevos valores ambientales y socioculturales, y delimitando de manera arbitraria y autoritaria nuevas territorialidades (Rodrigues, 2006: 307).

“Os megaemprendimentos subordinados a esta lógica desenham novas funcionalidades territoriais, desestruturando a organização social local, imprimindo, portanto, novos valores ambientais e socioculturais, desenhando de maneira arbitrária e autoritária novas territorialidades” (Rodrigues, 2006: 307).

La implementación de modelos verticalistas en busca de disfrute turístico acarrea profundas alteraciones en la dinámica de las relaciones sociales perceptibles en el cambio de los modelos de sociabilidad de los residentes en relación con la presencia masiva de turistas, que varían desde el sentimiento de rechazo al turista, hasta la adopción de posturas miméticas en relación a su patrón de consumo (Lage & Milone, 2000).

Para Carlos (2002), el sentimiento de amilanamiento o extrañeza de la población local es subyacente a esos equipamientos turísticos, lo que refleja la ausencia de un sentimiento de pertenencia en relación a esos espacios.

La segregación espacial entre turistas y residentes configura el primer resultado de la interferencia turística en la dinámica territorial. En las estrategias de revitalización de los centros históricos, por ejemplo, no es raro que ocurra un reacomodamiento de la población tradicional en las áreas o barrios periféricos (Barretto, 2000). La restricción de los espacios anteriormente utilizados por los pobladores para el desarrollo de actividades cotidianas, de sociabilidad y vivencia cultural promueve una creciente distancia entre los turistas y los residentes.

En los espacios turísticos creados artificialmente en áreas de pequeños contingentes poblacionales se crea un programa para la captación de la población fija, indispensable como fuerza de trabajo. Invariablemente esa población es fijada en las áreas menos nobles del núcleo turístico, en lo posible en un lugar que no sea visible para los turistas. La misma es casi marginalizada y no tiene acceso a los equipamientos implementados en el núcleo. En los espacios turísticos sofisticados, generalmente no hay lugar para la población residente. (Rodrigues 2001: 92).

“Nos espaços turísticos criados artificialmente em área de pequeno contingente populacional faz-se um programa para a captação da população fixa, indispensável como força de trabalho. Invariavelmente essa população é fixada nas áreas menos nobres do núcleo turístico, em local, se possível, não visível para os turistas. Essa é quase marginalizada não tendo acesso aos equipamentos implementados no núcleo. Nos espaços turísticos sofisticados geralmente não há lugar para a população residente”. (Rodrigues 2001: 92).

A la segregación espacial evidenciada entre los turistas y la comunidad residente Cruz (2001), se suman los procesos inflacionarios en los destinos, debido al alto poder adquisitivo y al modelo de consumo de los visitantes. El nivel de empleo de los miembros de la población como profesionales en las actividades asociadas al turismo es otro factor condicionante que evidencia los perjuicios de los lugares artificiales.

En los equipamientos turísticos, a los agentes locales se les destinan sub-funciones en virtud del elevado nivel de especialización técnica y calificación profesional requeridos para la eficacia de los bienes y servicios disponibles en esos emprendimientos y para la satisfacción de las expectativas de la demanda.

En Brasil esto queda ilustrado en el Club Mediterranée, en la isla de Itaparica (Salvador, Bahia), donde los visitantes tienen a su disposición diversas alternativas para el ocio y el entretenimiento; inclusive la disponibilidad de vuelos charter. Ese resort *presenta la misma estructura que cualquier otra unidad del mundo, lo que significa que yendo a Bahía, Río de Janeiro, Tahití, Túnez, u otros, el turista tendrá las mismas experiencias* (Portuguez, 2001: 48). [“apresenta a mesma estrutura em qualquer outra unidade no mundo, o que significa dizer que indo para a Bahia, Rio de Janeiro, Taiti, Tunísia, ou outros, o turista experimentará as mesmas experiências” (Portuguez, 2001: 48).]

Dotados de alta tecnología y estimulados por el capital transnacional con el incentivo de los gobiernos locales, los mega-emprendimientos refuerzan el confinamiento territorial de los turistas por medio de la demarcación de áreas donde pueden desarrollar sus actividades de ocio, recreación y entretenimiento. Esos lugares creados artificialmente, según Yázigi (1999), contribuyen a manipular la mirada de los visitantes aislándolos de la realidad socioeconómica vivida por la comunidad situada alrededor de esos establecimientos.

Aunque esos lugares incorporen elementos oriundos de la cultura local, éstos pierden su función utilitaria y tan sólo certifican la autenticidad y sustentabilidad de dichos emprendimientos. Urry (1996) destaca la homogeneización de los espacios turísticos, representada por los parques temáticos. A través de ellos, los visitantes pueden consumir símbolos de diferentes culturas reproducidas en un único lugar y el efecto en los visitantes es la ilusoria sensación de realizar un deseo.

En vez de viajar por el mundo a fin de experimentar y contemplar esos diferentes símbolos, los turistas, de manera muy convincente, son llevados hacia un único lugar [...] así, se desplazan a través de los símbolos de las diferentes culturas. En una sola tarde, pueden hacer aquello que les llevaría una vida entera concretar: contemplar y recopilar símbolos de decenas de culturas diferentes (construcciones, elementos culturales, comidas, espectáculos étnicos en vivo) (Urry, 1996: 203).

“Em vez de viajarem pelo mundo afora a fim de vivenciar e contemplar esses diferentes signos, os turistas, de maneira muito convincente, são trazidos para um único lugar [...] assim, se deslocam através dos signos das diferentes culturas. Em uma única tarde, as pessoas podem fazer aquilo que levariam uma vida inteira para concretizar: contemplar e coletar signos de dezenas de culturas diferentes - as edificações, os artefatos culturais, as refeições, os divertimentos étnicos ao vivo” (Urry, 1996: 203).

En lo que concierne a las áreas de profunda tradición cultural y, por lo tanto inductoras de flujos turísticos, ese mecanismo se da mediante los procesos de restauración del acervo arquitectónico y de la rehabilitación de sitios históricos. En esos casos la estética de las construcciones, el retorno mítico a los orígenes y el orden financiero y económico surgido con la reinención del pasado histórico coinciden con las intervenciones urbanas que producen localidades y espacios turísticos descontextualizados de sus tradiciones locales o regionales.

En el Centro Histórico de Salvador (Bahía) y en el barrio de Recife Antigo (Pernambuco) se pueden encontrar ejemplos reconocidos de localidades históricas cuyo proceso de restauración y revitalización del acervo arquitectónico resultó en la transformación del patrimonio cultural en un escenario turístico (Barbosa, 2001). El proceso de revitalización de esos centros históricos ha ocasionado la espectacularización del patrimonio convirtiéndolo en un verdadero escenario turístico, simulacro de construcciones definidas en tiempo y espacio sin una vinculación explícita con las demandas de la sociedad contemporánea.

Según Motta (2000) se trata de un modelo globalizado de intervención y tratamiento del patrimonio urbano en el cual los proyectos urbanísticos siguen la perspectiva del mercado de consumo serializado. Se suma a esto las consecuencias sociales y económicas de ese proceso, en lo que hace a la higiene, la seguridad del lugar, y la revitalización de los predios y residencias para cumplir funciones comerciales y de ocio.

Dicho concepto sobre el proceso de recualificación de los espacios urbanos para el turismo coincide con la visión de Serpa (2002), para quien la rehabilitación del Centro Histórico de Salvador, por ejemplo, está envuelta en una serie de contrastes que son evidentes en los sectores desatendidos por los gobiernos locales y que presentan graves consecuencias (desempleo, miseria, violencia). Esto sectores coexisten con las áreas destinadas al consumo de los visitantes.

Rodrigues (2006) observa que el movimiento de producción de los territorios turísticos no es unidireccional en la medida en que se producen nuevas horizontalidades como formas de resistencia de la cultura local frente al intento de homogeneización impuesta por el turismo. En la perspectiva de la multi-territorialidad, los espacios elegidos para la práctica turística conviven dialécticamente con los espacios utilizados por los residentes para el desarrollo de actividades cotidianas, de sociabilidad y de vivencia cultural.

Con las nuevas formas de elegir y reconstruir los lugares con atractivos, se participa de la apropiación de territorios que se despegan del lugar para transformarse en símbolos de consumo y focos de atracción social, en cuyos desplazamientos aparece la mercantilización conjuntamente con otras instancias de intercambio social y creación cultural (Cammarata, 2006: 359).

Se trata de un proceso continuo en el cual los territorios turísticos se confunden con los espacios de convivencia y de integración sociocultural. La apropiación turística de los territorios revela un contexto de pluralidad y entrecruzamiento cultural cuya materialización en los lugares de ocio y vivencia colectiva se caracteriza por una variedad de discursos y representaciones que se interpenetran, resultando en producciones multiculturales.

El turismo integra un amplio proceso de reinterpretación de los territorios y de las identidades locales como estrategia de inserción económica y diferenciación en el mercado, dando origen a nuevos contornos y matices.

Los nuevos paisajes de la urbanización turística representan también las formas contemporáneas de espacialización social, por medio de las cuales estamos construyendo nuevas formas de sociabilidad, más híbridas y más flexibles (Luchiari, 2000: 108).

“As novas paisagens da urbanização turística representam também as formas contemporâneas de espacialização social, por meio das quais estamos construindo novas formas de sociabilidade, mais híbridas e mais flexíveis” (Luchiari, 2000: 108).

La reconfiguración de los territorios en el ámbito del turismo aparece como el resultado efectivo de las nuevas necesidades de formación y consumo de las producciones culturales sobre un modo de producción globalizado que fragmenta las identidades (Hall: 2001), para recomponer espacios en los cuales los turistas pueden vivir nuevas formas de representación del legado cultural de una comunidad.

Ante las estrategias globales de inserción de los territorios en el mercado de consumo, el turismo consiste en una actividad que implica el consumo del espacio a través de la apropiación de los lugares de referencias comunitarias. Se observa en los ejemplos citados que en los modelos exógenos de desarrollo turístico, representados por los resorts y eco resorts, se da un proceso de desterritorialización y reproducción territorial donde prevalece el sentido global en detrimento de lo local. En esos casos, la preocupación se vuelca sobre el crecimiento económico a largo plazo sin considerar las potencialidades locales y los impactos negativos provenientes del turismo en la dinámica territorial.

A medida que los espacios relacionales o de vida se aproximan a los espacios construidos para el turismo surge la preocupación acerca de la sustentabilidad en la promoción del desarrollo local. En ese sentido, el factor humano prepondera y es determinante para la permanencia de la actividad turística y para la elevación de la calidad de vida y la preservación de los valores locales.

LA SUSTENTABILIDAD EN LA RELACIÓN LOCAL-GLOBAL

Conforme a lo expuesto anteriormente cuando el turismo es implantado de forma deliberada, puede contribuir a la privatización de áreas urbanas a la segregación geográfica entre los turistas y la comunidad receptora, y a la formación de espacios descontextualizados de la dinámica social.

Esos desdoblamientos contribuyen a mitigar la calidad de la experiencia turística y a limitar las posibilidades de desarrollo económico y social de la población local. Así, la planificación de la actividad turística debe incorporar los valores y principios inherentes a la sustentabilidad en sus diversas dimensiones.

Las nociones de sustentabilidad en el ámbito del turismo son recientes y están condicionadas a los efectos negativos en virtud de la masificación de esa actividad. Las mismas surgen con la intención de lograr un desarrollo sustentado de los atractivos naturales y culturales de los destinos turísticos, además de potenciar las economías locales a partir del compromiso integral de las comunidades en ese proceso.

Es en este contexto que surge el concepto de turismo sustentable acuñado a partir de la expresión desarrollo sustentable. Wearing y Neil (2001: 65) definen al turismo sustentable como aquel que *comprende todas las formas de turismo que se condicen con los valores naturales y sociales de la comunidad; y que permiten a los residentes y visitantes interactuar de forma positiva y compartir experiencias.* [“compreende todas as formas de turismo que são consistentes com os valores naturais, sociais e da comunidade e que permitem aos residentes e visitantes interagir de forma positiva e partilhar experiências”.]

El turismo basado en la sustentabilidad se apoya en algunos elementos principales, tales como el equilibrio de oportunidades y el uso racional de los recursos naturales considerando sus límites con el objeto de permitir su acceso a las generaciones futuras. Por medio de la práctica del turismo sustentable se potencia la función de esa actividad en la promoción del desarrollo local.

El desarrollo local surge como catalizador de la sustentabilidad y se produce en el lugar donde ocurre la reproducción social, el territorio. No equivale al término crecimiento económico, sino que lo trasciende e implica el alcance de mejores condiciones de vida para las comunidades.

En ese sentido, el enfoque generador de desarrollo local incide en los recursos endógenos y se presenta según Cesariato (2000: 27) como:

Un modelo de desarrollo que permite la construcción de un poder endógeno para que una comunidad determinada pueda auto-administrarse, desarrollando su potencial socioeconómico, preservando su patrimonio ambiental, y superando sus limitaciones; en busca de la calidad de vida de sus individuos.

“Um modelo de desenvolvimento que permite a construção de poder endógeno para que uma dada comunidade possa autogerir-se, desenvolvendo seu potencial sócioeconômico, preservando seu patrimônio ambiental e superando as suas limitações na busca continua da qualidade de vida de seus indivíduos”.

Para Martins (2002), el desarrollo local se encuentra intrínsecamente relacionando a la escala territorial en la medida en que ésta se configura como un *locus* de saberes comunitarios y relaciones cotidianas compartidas; así como de vínculos y relaciones sociales que definen el sentido de identidad. En base a esto y a los efectos del turismo sobre los territorios es que se sitúa la importancia de la planificación en la consolidación de proyectos turísticos sustentables.

La planificación del turismo presupone una perspectiva sistémica y holística cuyo resultado incide en la consolidación de un plan turístico integrado, con procedimientos metodológicos capaces de ampliar significativamente la participación de segmentos de la sociedad civil en el proceso de implementación del turismo; además de fomentar las iniciativas emprendedoras con el objetivo de dinamizar el turismo y el desarrollo socioeconómico local.

La ampliación de la conciencia ambiental, considerando sobre todo la ética en las relaciones entre las actividades humanas y el medio socio-ambiental, se traduce en una nueva orientación de la planificación turística basada en la preocupación por sus posibles consecuencias negativas sobre las comunidades receptoras y en el respeto por las tradiciones y valores locales. La aplicabilidad de esos lineamientos permite situar al turismo en una perspectiva macro-ambiental, o sea, proferir un estudio acerca de los aspectos políticos, económicos, sociales, geográficos y culturales generales en conformidad con las características de las regiones objetivo de la gestión turística.

La planificación del turismo prescinde del establecimiento de proyectos compatibles con la capacidad de carga del destino turístico siguiendo una perspectiva integral y holística de la actividad y considerando las interrelaciones que ésta establece con otros sectores de la realidad social, conforme explicita Molina (2001). La idea actual de desarrollo demuestra que el principio formal de acción se centra en la planificación, con modelos amplios para ser aplicados al uso de los espacios urbanos y naturales y en las acciones con objetivos sustentables.

El desarrollo sostenible implica un proceso de cambio en el que se encuentren en armonía: la explotación y manejo de los recursos naturales y culturales, las inversiones, la tecnología y las transformaciones institucionales, todo ello con el fin de contribuir al aumento del potencial actual y futuro para satisfacer las necesidades materiales y las aspiraciones del ser humano. Los aspectos fundamentales del desarrollo sostenible son: la integración de lo económico con lo ecológico y un replanteamiento de los valores de las necesidades humanas (Barquín, 2008: 332).

Así, la planificación turística debe promover la articulación integrada, el protagonismo comunitario, el fortalecimiento de la identidad, la valoración del lugar y su capitalización por medio del turismo teniendo como premisas fundamentales la protección de los ambientes naturales y culturales, la calidad de los productos y servicios y la validez de la experiencia turística local.

A partir de la idea de que la planificación se une al desarrollo sustentable, se busca esa integración de forma de abarcar todos los sectores involucrados en la actividad. Allí reside la importancia de promover la participación de todos los segmentos de la sociedad en la gestión del turismo logrando una gestión compartida.

Ésta puede ser entendida como un instrumento dinamizador de las acciones donde los diferentes agentes sociales viabilizan un proyecto u objetivo común, manteniendo las particularidades de sus lineamientos de acción. Para su eficacia, es necesaria la existencia de una serie de mecanismos tales como la sinergia, la cooperación y la estabilidad que pueden ser alcanzados a partir de la formación de asociaciones en redes que interrelacionen grupos y organizaciones (Endres, 2002).

Así, las estrategias de inserción comunitaria en las áreas de desarrollo turístico se tornan fundamentales en el sentido de articular las economías locales, ricas en singularidades y significados, con las economías mundiales; o sea, *integrar a las poblaciones locales en el diverso mundo de la sustentabilidad*” (Leff, 2001: 61). [“integrar as populações locais no diverso mundo da sustentabilidade.” (Leff, 2001: 61).]

La ampliación del concepto de sustentabilidad presupone, por lo tanto, que las comunidades establezcan mecanismos de control de la capacidad de carga ambiental, social y cultural, de monitoreo y de evaluación de las actividades desarrolladas. Para Barquero (1999, citado por Beni, 2004: 20):

Las comunidades locales poseen identidad propia que las impulsa a tomar iniciativas que propician el desarrollo local [...] cuando despliegan sus capacidades de organización, pueden evitar que las empresas y organizaciones externas limiten sus potencialidades de desarrollo y aplaquen el proceso del mismo. La capacidad de liderar el propio desarrollo, unida a la movilización del potencial para lograrlo, es lo que permite dar a esta forma de desarrollo el calificativo de endógeno.

“As comunidades locais possuem identidade própria que as impulsiona a tomar iniciativas que propiciam o desenvolvimento local [...] quando desenvolvem suas capacidades de organização, podem evitar que as empresas e organizações externas limitem suas potencialidades de desenvolvimento e amorteçam seu processo de desenvolvimento próprio. A capacidade de liderar o próprio processo de desenvolvimento, unida à mobilização do potencial de desenvolvimento, é o que permite dar a esta forma de desenvolvimento o qualitativo de endógeno”.

Los territorios se destacan como espacios aglutinadores de sinergias que buscan el desarrollo de las comunidades. Además del factor endógeno, la participación de las poblaciones locales en el proceso de planificación, implementación y evaluación de proyectos turísticos se torna necesaria para evitar la implantación de modelos descontextualizados de la dinámica sociocultural, así como para garantizar la ética en la conservación del patrimonio natural y cultural de los territorios.

La relación entre planificación turística, sustentabilidad y desarrollo local presupone ampliar la concepción sobre el territorio y sus potencialidades considerándolo en una perspectiva dinámica e integradora escenario de interacciones, conflictos y transformaciones y de convergencia simbólica entre lo local y lo global (Irving et al, 2005).

En base a esa relación dialógica se comprende que la globalización acarrea efectos paradójales sobre la forma de organización territorial. Al tiempo que estimula la homogeneización y estandarización de los lugares, promueve su valoración, articulando los valores globales con los patrones locales a través de un mecanismo de circularidad e intercambio, no de ruptura u oposición.

La tendencia a la estandarización y homogeneización de las sociedades posmodernas, unida a la occidentalización y la desterritorialización de las culturas locales, provoca un proceso inverso de rearticulación de las culturas locales y regionales y de fortalecimiento de las particularidades y tradiciones debido a que *la cultura externa no llega a ser dominante, como se puede imaginar. Las poblaciones tradicionales encuentran mecanismos para adaptarse, resistir a ella o incorporarla en algunos casos* (Fonteles, 2004: 159). [“a cultura externa não chega a ser dominante, como se pode imaginar. As populações tradicionais encontram mecanismos de adaptá-la, de resistir a ela ou de incorporá-la em alguns casos” (Fonteles, 2004: 159).]

El referido autor aborda las diferentes etapas de sociabilidad, integración y asimilación de los pobladores de Jericoacara (Ceará) en el proceso de inserción de la ciudad al ámbito de la actividad turística. Las intervenciones que desencadenaron la construcción del territorio turístico en esa región propiciaron a los residentes la reinención de su vida cotidiana, ora manteniendo sus tradiciones, ora permitiendo cambios adaptativos a la cultura local; y su incorporación a la práctica turística (Certeau, 1994).

La hibridación territorial como resultado de la práctica turística convive con las formas tradicionales de vivencia colectiva en el ámbito de una comunidad determinada. La dicotomía global-local, es substituida por la “glocalización”, o sea *la imposición de procesos globales (dominantemente homogeneizantes), recibiendo constantemente influencias de carácter local (diferenciadoras) y rehaciéndolas en una amalgama donde ya no se distingue dónde comienza uno y dónde termina el otro* (Haesbaert, 2002: 140). [“a imposição de processos globais (dominantemente homogeneizadores) recebendo constantemente influências de caráter local (diferenciadoras) e refazendo-as num amálgama onde já não se distingue mais onde começa um e termina o outro” (Haesbaert, 2002: 140).]

Al discutir las dimensiones intangibles del desarrollo, Jara (2001: 167) considera que el establecimiento de vínculos entre territorio, comunidad e identidad local son algunos de los condicionantes de la realización de proyectos turísticos sustentables:

Es en la perspectiva del desarrollo local que la comunidad se materializa, potencializando condiciones para la construcción de experiencias sociales diferenciadas. Esas experiencias nacen del despertar de las fuerzas comunitarias que hacen señas y abren camino para el desarrollo de un producto turístico con grandes potenciales de competitividad y transformación.

“É na perspectiva do desenvolvimento local que a comunidade se materializa, potencializando condições para a construção de experiências sociais diferenciadas. São essas experiências, nascidas do despertar das forças comunitárias que acenam e abrem caminho para o desenvolvimento de um produto turístico com grandes potenciais de competitividade e transformação”.

Grünwald (2009) señala las nuevas producciones de sentido en los territorios donde se procesan las interacciones turísticas, poniendo el interés en la revigorización de la cultura de los indígenas Pataxó en la reserva de Jaqueira, localizada en Porto Seguro, Bahía. En el ámbito de la renovación cultural se está produciendo un aumento de la visibilidad de esos grupos en el mercado globalizado de consumo, por medio de la comercialización de artesanías, de la realización de presentaciones culturales y de las visitas sistemáticas de grupos a las aldeas indígenas.

Así, el turismo ha contribuido con la dinamización de la economía local y la restauración de una etnicidad específica basado en las premisas del etnodesarrollo. De esa forma, por medio de mecanismos de adaptación y recreación de lo cotidiano la población residente puede promover y convivir dialécticamente con nuevas posibilidades de incremento de la oferta local *agregando mayor valor a su oferta turística, resaltando la autenticidad de sus escenarios naturales y culturales, y el contacto con la población de cada lugar, o sea, resaltando lo que se llama el 'sentido del lugar'* (Molina, 2003: 56), [*“agregando maior valor à sua oferta turística, ressaltando a autenticidade de seus cenários naturais e culturais, e o contato com a população de cada lugar, ou seja, ressaltando o que se chama o 'sentido do lugar'”*] (Molina,2003:56); y promoviendo la sustentabilidad económica, social y ambiental.

CONSIDERACIONES FINALES

Los territorios pueden traducirse en un eslabón de identidades y pertenencia entre los pobladores y al mismo tiempo para los turistas puede resultar un escenario idealizado y construido estratégicamente para la atención de su necesidad de evasión, ocio y recreación. Las innovaciones tecnológicas, la constitución de redes sociales que interaccionan a nivel global/local y los nuevos dictámenes de la posmodernidad, han proveído una nueva configuración social que supera todas las prácticas sociales engendradas por el capitalismo, destacándose el turismo.

Tratándose de la actividad turística es factible que la misma se apropie de los territorios, reinterpretándolos y proveyéndolos de una nueva dinámica y racionalidad concerniente a las expectativas del mercado. Así, la experiencia de los pobladores en relación al espacio turístico artificial se contrapone al lugar de convivencia social y reciprocidad. La turistificación de los espacios urbanos y naturales ocasiona cambios en la dinámica de las poblaciones receptoras, y la presencia de turistas interfiere en la red de relaciones de los actores sociales.

La fundamentación propuesta buscó mostrar la dinámica de apropiación territorial a partir de la valoración y especialización del turismo, reflexionando sobre los impactos de los proyectos exógenos en la vida cotidiana de las comunidades e indicando que al hibridar los territorios, el turismo produce nuevas configuraciones espaciales y nuevas formas de sociabilidad que deben ser consideradas en el ámbito de la planificación de esa actividad.

Este estudio marca la necesidad de promover una gestión compartida de los recursos y valores locales, capaz de conciliar los proyectos de desarrollo económico y aumentar la calidad de vida para todos los actores intervinientes en esa actividad. Las particularidades de los territorios pueden agregar valor al proceso de creación de productos turísticos, promoviendo una mayor articulación entre los agentes locales en el gerenciamiento de los destinos, así como una mayor interacción entre lo global y lo local con el fin de alcanzar la sustentabilidad de los proyectos turísticos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Appadurai, A.** (1999) "Disfunção e diferença na economia global". In: Featherstone, M. (Coord.). *Cultura Global: Nacionalismo, Globalização e Modernidade*. Vozes, Petrópolis, pp 311-327
- Ascanio, A.** (2003) "Turismo La reestructuración cultural" In: *Pasos: Revista de Turismo y Patrimônio Cultural*, 01(01): 33-38 Disponível em: [http: < www.pasosonline.org>](http://www.pasosonline.org) [visitado em 05 de setembro 2009]
- Augé, M.** (1994). "Não-lugares. Introdução a uma antropologia da supermodernidade". Papius, São Paulo: 1994
- Barquín, R. D. C. S.** (2008) "Hacia um modelo teórico-metodológico para el análisis del desarrollo, la sustentabilidad y el turismo" In: *Economía, Sociedad y Territorio*, vol VIII (26): 313-356
- Barbosa, Y.** (2001) "O despertar do turismo: uma visão crítica sobre os não-lugares". Aleph, São Paulo
- Barretto, M.** (2000) "Turismo e legado cultural. As possibilidades de planejamento". Papius, São Paulo
- Beni, M. C.** (2004) "Um outro turismo é possível". In: Moesch, M.; Gastal, S. (Orgs.). *Um outro Turismo é possível*. Contexto, São Paulo, pp. 11-31
- Boullón, R. C.** (2002) "Planejamento do espaço turístico". EDUSC, São Paulo
- Cammarata, E. B.** (2006) "El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio". In: Lemos, A. I. G. de; Arroyo, M. (et al) *América Latina: cidade, campo e turismo*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo: pp. 351-366
- Carlos, A. F. A.** (2002) "O turismo e a produção do não-lugar". In: Yázigi, E. (Org.). *Turismo: espaço, paisagem e cultura*. Hucitec, São Paulo, pp.25-36
- Certeau, M. de.** (1994) "A invenção do cotidiano, artes de fazer". Vozes, Rio de Janeiro
- Cesariato, A.P.C.** (2000) "Educação ambiental como estratégia de desenvolvimento local: um estudo de caso". Programa EICOS/UFRJ, Rio de Janeiro
- Coriolano, L. N.** (2009) "Espaço, poder e turismo: novas configurações geográficas". Disponível em: http://www.sbpccenet.org.br/livro/57ra/programas/CONF_SIMP/textos/luzianeidecoiolano-restruturacao.htm [visitado em 12 de outubro 2010]
- Cruz, R. de C.** (2000) "As paisagens artificiais criadas pelo turismo". In: Yázigi, E. (Org.). *Turismo e paisagem*. Contexto, São Paulo, pp. 107 - 119
- Cruz, R. de C.** (2001) "Turismo e território". Contexto, São Paulo
- Dencker, A. de F. M.** (1998) "Métodos e técnicas de pesquisa em turismo". Futura, São Paulo

- Endres, A. V.** (2002) "Planejamento estatal: do centralizado ao participativo e seus reflexos no planejamento do turismo no Nordeste". *Turismo em Análise* 13: 1-114
- Fonteles, J. O.** (2004) "Turismo e impactos socioambientais". Aleph, São Paulo
- Fratucci, A. C.** (2000) "O ordenamento territorial da atividade turística no Estado do Rio de Janeiro: processos de inserção dos lugares turísticos nas redes do turismo". Instituto de Geociências, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro
- García Canclini, N.** (2000) "Culturas híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade". Edusp, São Paulo
- Giddens, A.** (1990) "As conseqüências da modernidade". UNESP, São Paulo
- Grünewald, R. de A.** (2009) "Indigenismo, turismo e mobilização étnica". In: Graburn, N.; Barretto, M.; Steil, C.A.; Grünewald, R. de A.; Santos, R.J dos. (Orgs.). *Turismo e Antropologia: novas abordagens*. Papirus, São Paulo, pp. 97-118
- Haesbaert, R.** (2002) "Territórios alternativos". Contexto, São Paulo
- Hall, S.** (2001) "A identidade cultural na pós-modernidade". DP&A, Rio de Janeiro
- Harvey, D.** (1999) "Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural." Edições Loyola, São Paulo
- Irving, M. A.; Bursztyrn, I.; Sancho, A. P.; Melo, G. De M.** (2005) "Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico". In: *Caderno Virtual de Turismo*. 5(4): 1-7 Disponível em:<http://www.ivt/cadernovirtualdeturismo/arquivo> [visitado em 12 de setembro 2010]
- Jara, C. J.** (2001) "As dimensões intangíveis do desenvolvimento sustentável". Instituto Interamericano de Cooperação para Agricultura, Brasília
- Knafou, R.** (2001) "Turismo e território. Por uma abordagem científica do turismo". In: Rodrigues, A. B. (Org.). *Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. Hucitec, São Paul, pp 62-74
- Lage, B. H.; Milone. P. C.** (2000). "Impactos socioeconômicos globais do turismo". In: Lage, B. H.; Milone. P. C. (Orgs.). *Turismo: teoria e prática*. Atlas, São Paulo, pp 117-131
- Leff, E.** (2001) "Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder". Vozes, Rio de Janeiro
- Luchiari, M. T. D. P.** (2000) "Urbanização turística: um novo nexo entre o lugar e o mundo". In: Serrano, C.; Bruhns, H.T.; Luchiari, M. T. D. P. (Orgs.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. Papirus, São Paulo, pp 105-130
- Martins, S. R.** (2002) "O desenvolvimento local: questões conceituais e metodológicas." In: *Revista Interações*. São Paulo, 3(5): 51-58
- Molina, S.** (2001) "Planejamento do turismo: um enfoque para a América Latina". EDUCS, São Paulo
- Molina, S.** (2003) "O Pós-Turismo". Aleph, São Paulo
- Motta, L.** (2000) "A apropriação do patrimônio urbano: do estético estilístico nacional ao consumo visual global". In: Arantes, A. A.(Org.). *O Espaço da diferença*. Papirus, São Paulo, pp 256-287
- Portuguez, A. P.** (2001) "Consumo e espaço: turismo, lazer e outros temas". Roca, São Paulo
- Rodrigues, A. B.** (2001) "Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar". Hucitec, São Paulo

- Rodrigues, A. B.** (2006) "Turismo e territorialidades plurais: – lógicas excludentes ou solidariedade organizacional". In: Lemos, A. I. G. de; Arroyo, M.; Silveira, M. L. (Orgs.). América Latina: cidade, campo e turismo. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo: pp. 297-315
- Rejowski, M.** (2002) "Turismo no percurso do tempo." Aleph, São Paulo
- Serpa, Â** (2002) "A paisagem periférica". In: Yásigi, E. (Org.). Turismo e paisagem. Contexto, São Paulo, pp 161-179
- Simões, M. de L. N.** (2008) "Identidade cultural e turismo: a literatura como agenciadora de trânsitos e possível elemento de sustentabilidade". In: Revista de Cultura e Turismo – CULTUR. Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia, pp 1-16
- Santana Talavera, A.** (2003) "Turismo cultural, culturas turísticas". In: Revista Horizontes Antropológicos, 9(20): 31-57
- Urry, J.** (1996) "O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas". EDUSC, São Paulo
- Yásigi, E.** (1999) "Turismo: uma esperança condicional". Global, São Paulo
- Yásigi, E.** (2001) "A alma do lugar: Turismo, planejamento e cotidiano". Contexto, São Paulo
- Zaoual, H.** (2006) "Nova economia das iniciativas locais: uma introdução ao pensamento pós-global". Dp&A, Rio de Janeiro
- Wearing, S.; Neil, J.** (2001) "Ecoturismo: impactos, potencialidades e possibilidades". Manole, São Paulo

Recibido el 01 de septiembre de 2010

Correcciones recibidas el 15 de octubre de 2010

Aceptado el 21 de octubre de 2010

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués