

NUEVA TERRITORIALIDAD

Caso São Bartolomeu (Mina Gerais) - Brasil

Ivana Benevides Dutra Murta^{*}
Ligia Cristina Domingos Araújo^{**}
Julio Goncalves Campos^{***}
Bernardo Machado Gontijo^{****}
Universidade Federal de Minas Gerais
Belo Horizonte - Brasil

Resumen: Este estudio de caso fue realizado en São Bartolomeu, distrito de Ouro Preto (Minas Gerais) y el objetivo principal fue discutir la manera en que el reciente proceso de turistificación ha influido en la vida cotidiana de sus habitantes. Asimismo, se quiso determinar la forma en que el crecimiento del turismo en São Bartolomeu provocó la reconfiguración espacial, territorial y simbólica del medioambiente local. Por lo tanto, se realizó una investigación cualitativa recolectando datos a través de la observación participante y la entrevista que fue interpretada con herramientas de análisis del discurso. Los principales temas que aquí se presentan son la [des]territorialización turística y la percepción ambiental. A partir de este estudio se entendió que el proceso de turistificación en el distrito abarcado reconfigura aspectos de lo cotidiano reflejados en las percepciones ambientales de los sujetos.

PALABRAS CLAVE: turistificación, [des]territorialización, percepción ambiental.

Abstract: *New Territorialities and Tourism. The Case of São Bartolomeu (Mina Gerais), Brazil.* The aim of this case study was to discuss if the recent process of turistification has influenced the daily life of the residents of São Bartolomeu, district of Ouro Preto (Mina Gerais), Brazil, and if the growth of tourism has given a new shape to the spatial, territorial and symbolic environment. Therefore, a qualitative study was undertaken by means of data collection using participative observation and interviews interpreted as a tool of the discourse analysis. The main items here presented are the tourist [des] territorialization and the environmental perception. This study has shown that the process of turistification in the district has changed aspects of every day life that can be seen from the perceptions locals have of their environment.

KEY Words: turistification, [des] territorialization, environment perception.

^{*} Estudiante de Turismo (UFMG). Actualmente es becaria de investigación científica en el NEOS (Núcleo de Estudos Organizacionais e Simbolismo) por FAPEMIG (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais). E-mail: ivanabenevides@yahoo.com.br.

^{**} Estudiante de Turismo (UFMG). E-mail: araujo_ligia@yahoo.com.br.

^{***} Estudiante de Turismo (UFMG). Actualmente es director del proyecto "Bien venido peatón" de la empresa *Actio Engenharia Turística LTDA*. E-mail: juliogcampos@yahoo.com.br

^{****} Doctor en Desarrollo Sustentable (Universidad Nacional de Brasilia – UNB); Magister en Estudios Latinoamericanos – Vanderbilt University); graduado en Geografía (UFMG) y en Biología (PUC-MG). Actualmente se desempeña como profesor de la UFMG en las carreras de Geografía y Turismo. E-mail: gontijobm@yahoo.com.br

INTRODUCCIÓN

Con este artículo se pretende identificar y analizar los cambios físicos y simbólicas ocurridos en la vida cotidiana de São Bartolomeu, buscando entender como interfiere el proceso de turistificación en la vida de sus habitantes, lo cual se intentó lograr con las percepciones ambientales manifestadas de manera discursiva. Para esto se estimuló la manifestación de los preconceptos y las impresiones de los niños, adultos y ancianos acerca del término turismo y de su relación con el ambiente local, tanto en los discursos escritos como orales. Otro importante objetivo fue el de identificar los puntos percibidos como negativos ya sea consciente o inconscientemente por los pobladores y a partir de los mismo también se pretendió establecer estrategias de minimización de esos impactos al igual que posibles formas de planificación del turismo local.

Estos planteos quedan fundamentados en este estudio debido a su importancia académica, ya que no existe un debate demasiado amplio relativo a estos temas que analicen los aspectos teóricos y empíricos de la manera que aquí se proponen. Este trabajo cobra relevancia a causa del uso de metodologías cualitativas que buscan profundizar la comprensión sobre la territorialización turística en São Bartolomeu. Puede ser considerado como un estímulo al debate entre los sujetos de la investigación para generar reflexiones conscientes y fundamentadas sobre una actividad que se ha apoderado del espacio de otros a través del la figura del turista.

Para lograr estos objetivos se utilizaron tres técnicas de recolección de datos y dos formas de interpretación de los mismos. Una de ellas es el Análisis del Discurso, que busca en la expresión lingüística aspectos sociales y de la cotidianeidad de los sujetos activos del proceso identificando las posiciones tomadas por ellos. Se trabajó con elementos teóricos relevantes para el turismo, la geografía y las ciencias sociales como lo son el territorio, la percepción ambiental y la turistificación.

Este trabajo es considerado como un estudio de la realidad sobre el crecimiento de la actividad turística desmembrando un significado para construir otro(s), incluyendo el concepto de turistificación y el de territorialización. A través de los apuntes del trabajo de campo y de los datos primarios adquiridos se observó la existencia de un proceso conflictivo local, mitigado por las condiciones socioeconómicas de la región y la intervención de los actores políticos externos.

Con el fin de tratar el tema de forma organizada, el trabajo se dividió en cinco sesiones. La primera explica brevemente los recursos metodológicos utilizados; la segunda presenta la historia del distrito; la tercera dispone el marco teórico adoptado, subdividido en dos partes donde se trabaja con lo conceptos de territorio, turistificación y percepción ambiental; la cuarta presenta el análisis de datos, dividido en percepción de los niños y percepción de los adultos; y finalmente se realizó un análisis que sintetiza toda la investigación.

RECURSOS METODOLÓGICOS

Esta investigación de carácter exploratorio se basó en metodologías cualitativas. Se eligió este enfoque metodológico debido a que ninguna metodología cuantitativa lograría abarcar los objetivos de este trabajo tomando en cuenta las percepciones ambientales, las experiencias y la vida cotidiana de la comunidad autóctona de São Bartolomeu. Se buscaron técnicas que posibilitaran la interacción entre investigadores y sujetos de la investigación, dando voz a los sujetos y la oportunidad de expresarse en los asuntos que les parecían más importantes. Simultáneamente se permitió al investigador realizar observaciones acerca de sus interacciones y sus experiencias *in situ*, profundizando tanto en lo lingüístico como en lo extralingüístico, o en las condiciones de producción del discurso (Pêcheux, 1990).

De esta manera, se optó por tres formas básicas de recolección de datos, la documental para conocer la historia y la identidad proyectada (Castro, 2005) por las campañas publicitarias, la observación de campo y la entrevista. Se registraron observaciones, percepciones sobre el espacio y conversaciones que no fueron grabadas sino anotadas en los apuntes siguiendo los parámetros propuestos por Foote-Whyte (1975), Cardoso (1988) y Malinowski (1978).

La entrevista proporcionó la información primaria a través de la escucha de la voz del sujeto. Las que fueron grabadas se realizaron con ayuda de una guía semiestructurada que, según Thiollent (1987), permite la inserción del investigador en el universo cultural y discursivo del sujeto estudiado posibilitando, además de la interpretación, su comunicación y las construcciones de sentido. Las entrevistas fueron hechas en diferentes momentos del año. Se realizaron cuatro visitas de campo; la primera y la segunda duraron tres días cada una, la tercera dos, y la cuarta cuatro días. La última respondió a la propuesta de la materia optativa Turismo y Medio Ambiente de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG) en el primer semestre de 2008.

El universo estudiado abarcó el contacto con sujetos de diferentes edades que habitaran tanto en el núcleo más densamente poblado como en sus adyacencias. La selección de los sujetos consideró inicialmente a las personas de más edad para entender la historia de las mismas en el espacio en que residen. Posteriormente se abordó a la generación más nueva, compuesta por personas entre 20 y 50 años; y finalmente se trabajó con los niños para intentar entender sus percepciones sobre el espacio y sobre la vida cotidiana con el crecimiento de la actividad turística.

El trabajo con los niños duró dos días y se realizó en la única escuela municipal existente. Participaron activamente en charlas informales e, incluso, un niño de 10 años se mostró muy interesado y accedió a que se le hiciera una entrevista. El recurso material utilizado, grabador, ayudó en la investigación y en ningún momento los niños se sintieron inhibidos por el uso del mismo. Debido a la restricción del espacio aquí sólo se presentan datos verbales a través de las citas discursivas directas (transcripción de entrevistas) o de las frases de los apuntes del campo.

Además de las entrevistas y charlas grabadas durante el trabajo con los niños y los adultos, se hicieron anotaciones o apuntes de campo utilizados como recurso de contextualización o como ayuda memoria.

Este registro es definido como un conjunto de elementos distintos y objetivos que permitieron la generación de información debido a la relevancia y al propósito generando también conocimiento para el presente artículo, agregando un bagaje de experiencia obtenido a través del contacto con los pobladores del lugar (Davenport & Prusak 2003).

Con respecto a las entrevistas, fueron interpretadas siguiendo el análisis del discurso francés (Luz Pessoa 1999) que toma como base fundamental los trabajos de autores como Pêcheux (1990) y Bakhtin & Bolochinov (1979), entre otros posteriores, que también se basaron en los primeros. La identidad de los entrevistados fue protegida, identificándolos como E1, E2 y así sucesivamente.

HISTORIA DEL DISTRITO

São Bartolomeu es una de las localidades más antiguas de la Región de Oro, en el estado de Minas Gerais, y está localizada a 13 kilómetros de la ciudad capital, Ouro Preto. A fines del siglo XVII un grupo de bandeirantes fundó en las márgenes del Rio das Velhas un pueblo en el lugar por el que habitualmente se pasaba para llegar a Vila Rica (actual Ouro Preto) que históricamente fue una importante ciudad del estado de Minas Gerais; y lo llamaron São Bartolomeu. A principios del siglo XVIII, Vila Rica quedó aislada al sufrir una grave hambruna que obligó a muchos de sus habitantes a mudarse para São Bartolomeu. Con el aumento del número de habitantes, en 1716, el pequeño poblado elevó su categoría pasando a ser una parroquia (pueblo un poco más grande).

La identidad del distrito está marcada por la imagen de su patrono, São Bartolomeu. La devoción al santo se debe al hecho milagroso durante la *Guerra de los Emboabas* a principios del siglo XVIII, que evitó la invasión de las tropas portuguesas. En esa época, São Bartolomeu producía alimentos destinados a Ouro Preto y también existía la explotación del oro. Con la declinación de la actividad minera en la región, a fines del siglo XIX, el comercio local existente en el distrito entró en crisis, permaneciendo estancado a lo largo de la primera mitad del siglo XX.

Según Ramos (1999), a mediados del siglo XX la vida cotidiana del distrito cambió con la instalación de minas en las regiones vecinas que atrajeron pobladores en busca de trabajo y turistas debido a la apertura de la ruta que une el distrito a Ouro Preto. Durante la década de 1970 la industrialización trajo importantes mejorías para la infraestructura de São Bartolomeu, como luz eléctrica, agua potable, red de cloacas, puestos de salud, ampliación de la escuela y una línea regular de ómnibus.

Cuando en la década de 1990 se creó el Área de Protección Ambiental Cascada de las Golondrinas (*Andorinhas*) se prohibió la venta de la *candeia* (madera muy utilizada para hornos y fogones), creándose una nueva barrera al flujo de capital en el distrito. Para garantizar su supervivencia, los habitantes se volcaron a la agricultura y a la fabricación de dulces caseros utilizando las frutas cultivadas en el lugar. Antiguamente el dulce más famoso era la mermelada, sin embargo el mismo dejó de fabricarse debido a las condiciones naturales del lugar y hoy el sitio central lo ocupa el dulce de guayaba.

Gran parte de la población del distrito es mayor, por lo tanto no puede ejercer determinadas actividades. Así, se observa la existencia de organizaciones familiares rurales, que obtienen ingresos con la producción de dulces caseros hechos con frutas de la región. Según los habitantes hubo una época, en la década de 1980/1990, en que la producción de dulces caseros se redujo debido a la presencia de dulces industrializados. Actualmente el producto se revalorizó y, con el fenómeno de la turistificación, se piensa crear una cooperativa de productores que apoyan la formación de organizaciones familiares basadas en la cultura de la familia. También se destaca la iniciativa del Instituto de Patrimonio Histórico y Artístico Nacional (IPHAN), que en 2008 registró el proceso de fabricación del dulce de guayaba como patrimonio cultural intangible del distrito, fomentando el regreso a la actividad. El IPHAN ofrece capacitación del Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE) para las dulceras con el fin de que la producción respete un patrón y pueda competir mejor en el mercado.

Con la apertura de la ruta que une Ouro Preto con São Bartolomeu y debido a las campañas publicitarias el turismo ha ido creciendo en forma gradual; y la mayoría de los habitantes ya reconoce sus aspectos positivos y negativos. Con frecuencia se resalta a los negativos porque es una comunidad bastante tradicional, religiosa, que brega por la tranquilidad del lugar. Temen que con la llegada de los turistas sus hábitos de vida y costumbres tradicionales sean afectados y dejen de respetarse (Ramos, 1999).

MARCO TEÓRICO

Territorio turístico y turistificación

El concepto de territorio de las Ciencias Sociales se basa en los aspectos físicos y simbólicos, siendo ambos considerados para el desarrollo de este trabajo.

El concepto de territorio deriva del latín terra y torium, que significa tierra perteneciente a alguien. Perteneciente, en tanto, no se vincula necesariamente a la propiedad de la tierra, sino a su apropiación (Lobato, 1996: 251).

A pesar de que aquí no se trata específicamente de apropiación individual del espacio, este concepto sirve en la medida en que se entiende la apropiación como el control efectivo o legitimado y/o la representación de *una dimensión afectiva, lo que generalmente ocurre como resultado de las prácticas espaciales, derivadas de grupos y características distintas* (Mayumi et al., 2007).

La apropiación se relaciona con la identidad de grupos, la identidad que resulta de las actividades o de la vida cotidiana que, a su vez, se asocia a la afectividad con el espacio. El territorio es *el espacio revestido de la dimensión política o afectiva, o ambas* (Lobato, 1996:251).

Hay que mencionar aún que existe una relación entre actividad, identidad y espacio que es justificada por la propuesta de Santos (1987:62), según la cual la territorialidad provee cierta comunión con el espacio.

En este estudio de la apropiación del espacio, su agente no es necesariamente personal o individual y tampoco es directo. La territorialización turística se refiere aquí a la apropiación por un grupo cuya identificación común sería la actividad turística. Es más, se puede pensar en la apropiación del turista sobre el espacio, considerando que el cliente paga por el servicio que recibe, estableciendo otra lógica, la de la apropiación a través de la compra del espacio simbólico.

Knafou (1999:70) identifica tres fuentes principales de turistificación de los lugares y los espacios, a saber: los turistas, el mercado y los planificadores y promotores territoriales. En la primera, el turismo surge en un territorio por medio de las prácticas de desplazamiento de los turistas. Los turistas son el origen del turismo, son ellos quienes promueven la turistificación del espacio.

En la segunda, el origen de la turistificación de los espacios es accionado por el mercado y no por las prácticas turísticas en sí. El mercado, en su ansia de explotar la faceta económica del turismo, crea nuevos destinos y productos turísticos y los pone a la venta. En ambas fuentes se observa que el proceso de turistificación no surge del lugar en sí, sino de los desplazamientos de personas y los intereses económicos del mercado, es decir, de agentes externos al lugar.

La tercera fuente es representada por los agentes internos sobre el desarrollo de iniciativas locales, regionales y nacionales, fundamentalmente ligadas a un lugar. Los territorios turísticos, en general sufren [re]significaciones espaciales debido a los cambios en las relaciones de poder. También son los *territorios inventados y producidos por los turistas más o menos retomados por los operadores turísticos y por los planificadores* (Knafou, 1999:71). Así, el autor destaca que *no existe turismo sin turistas*, o sea que no es el lugar por sí mismo el que se transforma aunque sí es transformado por quien lo circula.

Si la relación entre conquista y pérdida de un territorio implica una dinámica constante resultando en movimientos continuos de [des]territorialización y de [re]territorialización, esto se intensifica

cuando se trata de la actividad turística debido a su característica de estacionalidad intrínseca (Mayumi *et al.*; 2007).

De acuerdo con la perspectiva de Macedo (2006) sobre los procesos de apropiación (física y simbólica) del espacio *es de naturaleza humana reconocerse en el territorio; por lo tanto, toda [des]territorialización de un lugar significa una [re]territorialización de otro punto*. Ese proceso sería más frecuente y disperso en el tiempo y el espacio si se considera la perspectiva de los turistas ya que se da rápidamente y pocas veces se establece un vínculo que vaya más allá del consumo, o que desencadene un sentimiento afectivo que establezca una identidad con el lugar.

La [des]territorialización representa la pérdida del territorio apropiado y vivido en razón de diferentes procesos derivados de condiciones capaces de deshacer el territorio (Lobato, 1996:252).

De esta forma se entiende la [des]territorialización como relativa a la comunidad autóctona. Ese movimiento generaría nuevas territorialidades o [re]territorialidades, siendo esta última la que se considera en este estudio de caso.

Según Bustos Cara (1996) los conceptos de territorialidad y de identidad son análogos, ya que pueden estar asociados a lo individual y lo social, además de ser pasibles de análisis en diferentes dimensiones (local, regional, nacional, continental, entre otras). El sentimiento de pertenencia o de identidad espacial sería el gran definidor de la territorialidad. Concomitantemente, el concepto de territorio conferiría sentido a la noción de identidad.

Esto se debe a que el espacio crearía símbolos e imágenes que manifiestan la identidad, y tales elementos son incorporados por los sujetos que se relacionan en él. De esa forma, se crea entre quienes viven el mismo territorio una consciencia política, fundada en un sentimiento de complicidad e identificación (Mayumi *et al.*, 2007:6).

Senecal (1992, citado por Bustos Cara, 1996) define a la territorialidad como la capacidad de las sociedades de establecer sus representaciones y símbolos como forma de comprender y conferir significado a su historia, expresando una identidad espacial y comunitaria.

Macedo (2006:99) señala que la identidad es aprendida a través de la percepción y la apropiación simbólica y material del espacio. Aquí debe considerarse la propuesta del análisis basado en las actividades realizadas en el espacio, ya que el mantenimiento de las prácticas puede ser entendido como una forma de resistencia (Yázigi, 2001) y una búsqueda de la delimitación del territorio. Así, las actividades paralelas al turismo podrían ser consideradas como base de la identidad de la comunidad frente a la territorialización generada por los turistas.

Puede afirmarse que el concepto de territorio es de gran importancia, tanto para el estudio de las percepciones ambientales como en el ámbito de la transformación de las identidades en el espacio turístico. Entonces, se busca entender como la inserción de la actividad turística en el espacio bajo la perspectiva de la territorialización influye en las percepciones ambientales de los pobladores de São Bartolomeu.

Percepción ambiental

Según DaMatta (1991) los espacios son reflejos de la percepción del individuo en relación a lo social, a lo que dice ser una construcción social y simbólica. Esto corrobora la idea de que el espacio es una construcción simbólica que expresa diferentes significados, que es refractado (Bakhtin & Volochinov, 1979) de acuerdo con el individuo o con el grupo, relacionándose con su historia de vida y su identidad.

[...] me refiero a espacios, a esferas de significación social (casa, calle y otro mundo) que van más allá de la mera separación de contextos o configuración de actitudes. Ellos contienen visiones del mundo o éticas particulares. No se trata de escenarios o de máscaras que un sujeto usa o deja de usar [...] (DaMatta, 1991:53)

Considerando la dinámica y la incumbencia de los temas tratados, al ser relacionados con la turistificación se debe justificar la necesidad de abordar la percepción ambiental haciendo un análisis socio-espacial resaltando la totalidad en desmedro de la individualidad, teniendo en cuenta que se está trabajando con símbolos socialmente construidos. Partiendo de esta perspectiva se supone la necesidad de abarcar dos aspectos inter-subjetivos: reconocimiento e identificación.

[...] la ciencia hoy en día exige mayor sensibilidad: predisposición para sentir y para experimentar sensaciones. [...] La sensibilidad es también potenciada por las historias individuales: la historia de la convivencia produce su potenciación. Estar predispuesto a sentir es estar disponible para la percepción, para percibir lo que está alrededor (Hissa, 2002: 309 en Barbosa 2007: 18).

Los recursos metodológicos elegidos convergen para enfrentar al *sujeto*, al *yo* que vive él y en el espacio, un *yo* dialógico, que es socializado en el grupo compuesto por subgrupos, representando una identidad única, pero manifestando varias identificaciones mediante los discursos y los contextos. Así se está coincidiendo con Barbosa (2007:20) quien señala que *la percepción subjetiva no es la de un individuo aislado, sino la de un sujeto que se relaciona con los otros, en lo cotidiano, compartiendo sentimientos y espacios.*

Considerando el concepto de espacio presentado por DaMatta (1991), quien lo entiende como el resultado de una construcción social, se lo presenta aquí como una forma de comprender y aprender los procesos de territorialización y sus movimientos intrínsecos, [des] y [re] territorialización.

Según Bueno (1987), el área y el campo de estudio de la geografía estaban demasiado acotados hasta la década de 1950 cuando los estudios se basaban en modelos y metodologías cuantitativas. A *posteriori* aparecen geógrafos reconocidos como “críticos”, quienes aplican conceptos marxistas-estructuralistas. Estos, según el autor, son deficientes porque son estrictamente teóricos siendo difícil asociarlos a la geografía. Inclusive, algunos estudiosos se restringían a los estudios económicos.

La geografía humanística, al contrario de la que se basa en metodologías cuantitativas o la que considera conceptos marxista-estructuralistas, se basa en la percepción del hombre, su experiencia y sus hábitos; en fin, en la apropiación del espacio. Esto permitió observar la percepción de quienes viven él y en el espacio; lo que Bueno (1999:139) llama un estudio del *nuevo ambientalismo*. El autor resalta que a partir de la década de 1970 la geografía humanística se desarrolló basándose en los estudios de percepción y la define como la *intersección entre lo geográfico, lo psicológico y lo sociológico* (Bueno, 1987: 13).

Los estudios de la percepción emergen de los reconocimientos e identificaciones en el mismo y con el espacio y son presentados por Bueno (1987: 13) como una forma de reacción a la geografía teórica. En este sentido, la percepción de la realidad es subjetiva y puede aplicarse al estudio de las identidades. El autor define la percepción ambiental al considerar que:

[...] *su presupuesto fundamental es la afirmación según la cual las personas se comportan en el mundo real no a partir de un conocimiento objetivo de ese mundo, sino en base a las imágenes subjetivas de él* (Bueno, 1987: 13)

Partiendo de este concepto de la percepción ambiental es posible inferir que se relaciona con los estudios de lugar, considerando a éste último como:

Mucho más que el sentido geográfico de localización. No se refiere a objetos y atributos de las localizaciones, sino a tipos de experiencia e involucramiento con el mundo, la necesidad de raíces y la seguridad (Relph, 1979 en Filgheira, 1998:10).

Esa percepción o significación de lugar es estudiada por DaMatta (1991), cuando presenta los niveles de significación del espacio dependiendo del tipo de socialización con y en el mismo. Así la casa, la tribu, los lugares asumen diferentes significaciones que son ilustradas por diferentes representaciones orales, de imágenes y expresivas. Benavides *et al.* (2007) también trabajan las diferentes significaciones de los espacios “calle” y “*shopping*” para los vendedores ambulantes, demostrando que las percepciones dependen de las historias de vida de los individuos, por lo tanto tienen carácter subjetivo y social.

La percepción del medio ambiente está relacionada con las sensaciones y los sentimientos que cada individuo tiene con el mismo y es difícil de expresar. Por lo tanto, para los diversos profesionales

responsables de la planificación urbana y turística del espacio, es necesario conocer esa percepción relacionada con el concepto de identidad de un determinado espacio, definida por su uso, por las identidades de los individuos involucrados y por las identidades proyectadas (Castro, 2005).

La percepción ambiental es definida por su uso, pues *la costumbre de un lugar y el uso torna a la ciudad homogénea* (D'Alessio, 1988:75). También es influenciada por la identidad proyectada, idealizada y planeada; y ejerce una fuerte influencia en la identidad percibida (Elstak y Van Riel, 2004 en Castro, 2005).

El análisis de la percepción responde a la semiótica comprendiendo la relación entre signos, significados y significantes debidamente contextualizados. La percepción ambiental de una persona que vive en un determinado espacio diferirá, obviamente, de la de un visitante que frecuenta aquel espacio diariamente. Asimismo, ésta será diferente de la de un visitante que lo frecuenta semanalmente y también distinta de quien frecuenta el espacio con otra periodicidad. Esto se debe a que la percepción ambiental abarca desde el origen hasta los medios interpretativos del referido espacio.

D'Alessio (1988) cree que el objeto debe ser trabajado *a priori* y, en consecuencia, la percepción del mismo por diferentes actores de la sociedad. La primera etapa puede contemplar la confección de inventarios acumulando información relevante acerca del(los) objeto(s). La segunda etapa comprende el mirar del otro que puede ser trabajado desde el análisis de los discursos orales, gestuales y de imágenes, hasta metodologías que trabajen con fotos (destacándose la foto-etnografía) (Constant, 2005). Esto enriquece y facilita la comprensión del planificador de los espacios urbano y turístico y de otros profesionales aprovechando también para analizar las transformaciones espaciales vividas a lo largo del tiempo, apuntando a la forma en que la alteración repercute en el paisaje y en la relación de afectividad del hombre para con el espacio.

En la etapa que comprende la mirada del investigador, este internalizará su objeto y lo vivenciará. En esta etapa la antropología y la etnografía serían bastante pertinentes, viables y enriquecedoras.

Los estudios de percepción ambiental evidencian la relación entre individuos y medio ambiente material. Puede ser topofílica o topofóbica. Para Tuan (1980), el sentimiento de topofilia o de afectividad con el espacio puede asumir diferentes intensidades y modos de expresión:

Puede variar del placer efímero que se tiene ante la vista de algo hasta la sensación de belleza, igualmente fugaz, pero mucho más intensa que súbitamente revelada. La respuesta puede ser táctil: el deleite al sentir el aire, el agua o la tierra. Más permanentes y más difíciles de expresar son los sentimientos que tenemos para con el lugar, por ser el lar, el locus de recuerdos o el medio de ganarse la vida (Tuan, 1980:107).

Bueno (1999) actualiza el concepto de topofilia al relacionarlo a la dimensión de lugar. Considera que el meollo del ejercicio del sentimiento topofílico son los lugares valorizados, aproximándose al concepto de lugar en sí como manifestación de afectividad. En este artículo el concepto adoptado para definir la topofilia es el de relación entre el ser humano y el medio ambiente material y su dimensión simbólica como consecuencia de la historia de vida de los individuos sociabilizados en diferentes circunstancias y peculiaridades culturales. Se considera que las relaciones topofílicas son relaciones de empatía para con el espacio considerado lugar.

Tapani (2006) explicita que el concepto de topofobia ya fue trabajado por los situacionistas como un medio para el análisis psico-geográfico. Más tarde fue trabajado por Tuan (1979 en Bueno 1999:142) que considera a la topofobia como el paisaje del miedo. En este artículo se considera topofobia a todo sentimiento en relación a espacios que sea de aversión, de rechazo y/o antipatía, una categoría también simbólica y de extrema subjetividad.

ANÁLISIS DE DATOS

Percepción de los niños

Al hacer la pregunta *¿qué es turismo?* se produjo un silencio. En respuesta al silencio el estímulo fue decir: no hay respuestas ciertas o erradas, yo quiero saber lo que ustedes creen que es turismo. Ahí llegaron una lluvia de respuestas, muchas de las cuales tenían una relación explícita con lo cotidiano y se transcriben a continuación:

...*“es un ciclista”, “es un motoquero”, “una carrera de autos, jeeps y camionetas”, “es escalar”, “es una carrera de caballos”, “gente nueva”, “lugar que hace que las personas se vayan lejos para visitarlo”, “y otros van lejos para hacer investigaciones”, “es ganar mucho dinero”, “es descubrir muchas cosas, como nuevas ciudades debajo de la tierra, huesos de dinosaurios”, “turismo es una persona alegre, un río, la naturaleza”, “turismo es naturaleza, cuidar del río, no dejar basura”, “es un camión, un ómnibus, la policía, un tractor (al preguntar por qué un tractor la respuesta fue porque hace camino)”, “es camión regador porque moja el camino cuando hay mucho polvo”, “es no contaminar el aire y no cortar los árboles”.* (Conversación con varios niños realizada de forma aleatoria mediante lluvia de ideas y transcripta literalmente).

En estas respuestas es posible identificar un elevado grado de definición debido al reconocimiento de la experiencia vivida. La construcción de la semántica del turismo sigue indudablemente los parámetros de Bakhtin & Volochinov (1979) de la construcción social del lenguaje y del símbolo. Se entiende tal producción discursiva como explícitamente polifónica (Ducrot, 1987; Bakhtin & Volochinov, 1979 en Luz Pessoa, 1999). En un momento por sí solo polifónico, los niños enuncian voces provenientes de diversos enunciantes. En este sentido los niños son locutores que se responsabilizan por su interpretación, por construcciones sociales del lenguaje y lo toman para sí. Se puede reafirmar el carácter social y de interacción de la construcción del discurso, el texto y el

lenguaje. En este universo de sujetos, las definiciones de turismo están fuertemente asociadas al contexto que viven. Inicialmente las relaciones se realizan partiendo del turista y del perfil del turista que visita São Bartolomeu (aventureros y turistas de naturaleza motivados por los atractivos naturales). Posteriormente es posible establecer una asociación con los atractivos y las estrategias de atraktividad, elementos que van desde el entretenimiento hasta la infraestructura. Partiendo de esas definiciones se observa cuan involucrado está São Bartolomeu con el turismo.

Las definiciones se crean de acuerdo con el elemento cotidiano turístico del lugar, definiendo una nueva lógica e insertando elementos del léxico inherentes a los procesos de territorialización del turismo, debido al contacto con esta actividad.

Cuando las preguntas fueron *¿Quiénes son los turistas que vienen aquí? ¿Cómo son? ¿Qué hacen?*, las respuestas no fueron muy diferentes reafirmando los conceptos de turismo anteriormente presentados, explicitando el proceso de creación de significado, de acuerdo con el contexto socio-turístico vivenciado. Se puede señalar que según los habitantes existe un consenso respecto de la imagen del turista que visita el distrito: *“los viajeros sacan fotos a la iglesia”, “toman helado”, “la mayoría toman cachaza”, “van al río”, “hacen asados en el río y nadan”*.

Con una niña que se ofreció a guardar el material utilizado en el trabajo se realizó una pequeña entrevista con el fin de saber lo que pensaban los niños sobre la inserción del turismo. La pregunta inicial fue: *¿Que piensas de los turistas?*, la respuesta fue:

Muy feo, porque ellos no saludan, ni buen día, ni buenas tardes, ni buenas noches [...] la mayoría no paga, dejan a cuenta el helado, la cachaza, o la cerveza [...] ponen el volumen alto cuando estoy durmiendo.

Aquí se vio un proceso que puede ser identificado como [des]territorialización, producido por la turistificación (apropiación del espacio por el turista). En el primer enunciado la entrevistada apunta al rechazo en relación al choque cultural. La [des]territorialización es aún más fuerte en el enunciado *ponen el volumen alto cuando estoy durmiendo*. Al preguntarle sobre lo que no le gustaba de los turistas, dijo: *en vacaciones hay muchos turistas, ahí yo no voy al río*. En esta respuesta se ve la [des] territorialización, la cual altera las costumbres.

La estacionalidad de la turistificación afecta mucho la vida de los niños, ya que el tiempo de recreación institucionalizado por la familia y la sociedad (fin de semana y vacaciones) es bloqueado por el tiempo recreativo de los turistas. Antes del crecimiento turístico de São Bartolomeu, los espacios (principalmente los representados por los niños en sus dibujos, ríos cascadas, bancos afuera de la iglesia o en las calles) eran vividos por la mayoría como lugares recreativos y de contemplación de ellos mismos. El río es considerado como muy importante por los niños, porque es donde experimentan diversos aprendizajes como nadar, coleccionar semillas u hojas, y reconocer

insectos o animales. Por lo tanto se los considera no sólo espacios recreativos sino también cognitivos.

Percepción de los adultos

Esta parte está intrínsecamente relacionada con la anterior por el recurso temático trabajado y por el recurso figurativo de los discursos que demuestran que en distintas bandas etarias existe la misma percepción del turismo. Respecto de la [des]territorialización no sólo los niños la perciben sino también varios adultos y ancianos. Más abajo se transcriben diálogos que comprueban la [des]territorialización que afecta sus costumbres, generando alteraciones espaciales y sociales, a través de cambios simbólicos.

E3, hija de E1, que ya no vive allí, se refirió a algunos aspectos incómodos con la llegada del turismo a São Bartolomeu. E3 compara antes y ahora mostrando una alteración del espacio que pone de manifiesto una dinámica territorial simbólica. El turismo aparece como sujeto que es rechazado después de ser conocido porque es el responsable de la falta de respeto hacia el poblador.

El ruido, las motos... es un escándalo. Aquí nunca pasó esto. Si hubiera visto esto, no hubiera estado de acuerdo en traer turismo. Porque la mayoría de la gente que vive aquí es mayor y la gente que viene no la respeta (E3)

El término *escándalo* que utiliza la entrevistada resume y simplifica su opinión sobre la turistificación. Esa afirmación en las primeras frases es un implícito sobreentendido (Ducrot, 1987) y a *posteriori* aparece como explícito.

También E1 marca los aspectos negativos del turismo. La ruptura de las costumbres debido a que no se las respeta, por ejemplo, se manifiesta en los turistas que van al río caminando por las calles en bikini o polleras cortas. Así, muchos pobladores dejan de ir al río o se lo prohíben a sus hijos durante las vacaciones. Esto muestra claramente un choque de culturas o costumbres que pone en evidencia la turistificación resultando en impactos que involucran elementos simbólicos de la vida cotidiana de los habitantes de São Bartolomeu. E1 también señala que con la llegada de los turistas aparece otro problema que es la transformación de la identidad, como el fin de la tranquilidad para dar paso a los ruidos.

El lugar es muy pequeño y las personas mayores no aceptan al turista que se muestra en bikini. ¿Entiende? La gente está acostumbrada a andar en bikini, pero para las personas de aquí es un escándalo. Nosotros no estamos acostumbrados al desfile de bikinis en la calle. Además, a la gente mayor no le gusta el ruido. [...] lo tolera un poco por los jóvenes, pero no le gusta (E1).

En una charla informal con E5, ella explica que es bueno servir el almuerzo a los turistas porque le gusta cocinar y eso le genera un ingreso, pero que también tiene sus desventajas. Los aspectos negativos que destacó están relacionados con su propia actitud en el trato con los turistas, tanto

verbalmente como a través de los mensajes que coloca en las puertas del comedor. Éstos dicen: *No entre. Por favor llame. Gracias y Prohibida la entrada*. El primero, mezcla el imperativo y la sutileza, solicita respeto con palabras respetuosas, y está ubicado en la entrada de la casa. El segundo, más directo, está relacionado con la actitud del invasor y aparece en la ante-sala para quienes no respetaron el primero. Ella afirma que los mensajes se deben a la falta de educación de los turistas. Dice que los peores son los turistas que llegan de botas, mochila y un bastón en la mano, que entran sin ser invitados. Luego añade nerviosa que *esta no es la casa de la madre Joana, no es un restaurante, ni una posada* y dicha frase merece ser analizada en su contexto.

Se identifica en esta frase una amenaza al territorio de lo privado que también es afectivo, una amenaza a la identidad al amenazar el símbolo de casa (DaMatta, 1991). La enunciante apela a un discurso que forma parte del imaginario popular, en este sentido su discurso también es polifónico. Se remite a los turistas de mochila quienes en general se preocupan por sus impactos, tanto ecológica como socialmente; turistas preocupados por la sustentabilidad, políticamente correctos. Sin embargo esos mochileros no respetan la cultura del otro.

Durante el trabajo de campo se observó una escena invasiva por parte de los turistas que, según E5, es frecuente. Dos personas llegaron el viernes por la noche desde Ouro Preto siguiendo en bicicleta uno de los caminos de la Estrada Real en un circuito ciclista Ouro Preto – Paracatu. La escena fue registrada de la siguiente manera: llegan dos hombres de apariencia no muy atlética y aspecto cansado. Entran en la casa de E5, ignoran los mensajes de las puertas y entran sin llamar, se acercan a la cocina y dicen *nos dijeron que la señora podría prepararnos algo para comer*. La señora dijo que no tenía suficiente comida y que estaba atendiendo a otro grupo de viajeros. Los hombres insistieron diciendo que estaban cansados, con hambre y que no habían conseguido comida.

Luego, la señora dice que se asustó con la llegada de los hombres que no debieron entrar así a su casa, y que si hubieran sido más educados quizá los hubiera atendido mejor. No obstante, cuando terminó de atender al grupo previsto como le sobró mucha comida intentó contactarse con los hombres que se habían hospedado en la posada pero ya habían comido.

Esto deja claro un conflicto de identificación del personaje principal. La señora, quien a pesar de criticar la actitud de los turistas, al final viendo que tenía comida y que podía aumentar su ingreso, depone su actitud inicial. De esta forma, el turismo también actúa en la transformación de identidades debido a que el comerciante conservador debe dejar atrás sus conceptos tradicionales y desarrollar estrategias comerciales propiamente dichas que agraden al cliente.

Principalmente después de las campañas realizadas por el Instituto Estrada Real, el turismo se está desarrollando con fuerza en Minas Gerais. En algunos eventos organizados por el Instituto se observa que se pide a las comunidades cercanas a los puntos que incluye la Estrada Real que

atiendan bien al turista, que los reciban bien. Además, en las guías turísticas y los sitios de Internet aparecen publicidades que dicen que Minas Gerais es un pueblo hospitalario y acogedor. Esto es verdad, pero no debe venderse como un producto debido a que la gente de Minas Gerais es acogedora, sin embargo la hospitalidad ocurre después de establecer alguna relación de afecto, confianza o simpatía. O sea, para el *mineiro* la invitación para conversar en la puerta es anterior a la invitación a entrar.

Considerando todo lo expuesto en este artículo sobre la relación entre la comunidad local y el turista, se observa que la nueva actividad en el lugar genera diversas transformaciones de las relaciones sociales que se acercan al concepto de [des]territorialización. Concepto que a su vez se relaciona con el de turistificación; que en este caso es periódica, se acentúa los fines de semana y durante las vacaciones.

El choque cultural es provocado principalmente por los turistas que llegan desde las grandes ciudades pero sucede durante las fiestas que por lo general reciben a las comunidades de los alrededores y motivan la socialización entre los que llegan y los que reciben. Respecto de la brusca transformación de la vida cotidiana, se observa en el siguiente discurso de un foráneo que se casó con una pobladora local:

Ellos [municipio de Ouro Preto] dijeron que iban a mandar policías (para la fiesta de la guayaba) y no los mandaron. Si usted como presidente de la asociación o un poblador común, critica a un motoquero, parece que crea problemas. Entonces la gente se queda a la deriva. Bueno no es. A la gente no le gusta. Acá hay muchos niños y es el lugar de la gente... lo que me trajo a São Bartolomeu fue eso; poder criar a mis hijos, dejar que vayan al Bar del abuelo, que puedan salir de casa. Hoy ya no lo pueden hacer porque con las motos y los autos a alta velocidad es un peligro. Así la gente está privada de seguridad pública. (E2 – Asociación de Desarrollo Comunitario del Distrito de São Bartolomeu.)

Aquí aparece nuevamente el conflicto con el turista motoquero, que es rechazado por perturbar el orden de la comunidad, la tranquilidad y el silencio. Los temas más importantes en este discurso son: (1) La (des)territorialización y la turistificación: la comunidad pierde espacio que cede a los nuevos actores, que de manera esporádica generan nuevas relaciones de poder a través de la falta de respeto; y (2) Seguridad pública: en la medida en que la comunidad pierde poder sobre su territorio de manera colectiva, es necesaria la presencia de la policía como institución, cuyo poder es tanto legal como legitimado, y que podría recuperar el respeto hacia la cultura local por parte de los turistas.

El presidente de la asociación contempla que el turismo implica tanto aspectos positivos como negativos. El turismo aparece como forma de reactivación de la economía local. Sin embargo, la

influencia de determinados turistas es entendida como poco respetuosa y transformadora del espacio simbólico y de los lazos afectivos con el lugar.

Ellos mueven la economía. Es el lado bueno de esto. Pero también traen problemas. La contaminación sonora y el peligro de alto riesgo de accidentes. Ellos no respetan los límites de velocidad. (E2)

En cuanto a los aspectos positivos del turismo, se transcribe a continuación lo expresado por E1:

El turismo tiene su lado bueno. La gente viene por la televisión. Acá en casa se filmó Tierra de Minas. Así se difundió el lugar, ellos quieren verlo, quieren comprar el dulce, quieren ver la planta de donde se hace el dulce [...] Entonces se vende más y entra capital, es una mejora. En vez de tener que salir a vender, ellos vienen a la puerta. (E1)

Aquí se observa que el turismo es visto como una estrategia de reactivación de la economía. Como ya se mencionó la declinación de la minería, y del cultivo y la venta de maderas, por diferentes motivos generó la necesidad de desarrollar nuevas estrategias de supervivencia. En el caso de E1, quien produce dulces para la comercialización, el turismo surge como un nuevo mercado que no exige esfuerzos porque los productos se comercializan en el lugar.

CONSIDERACIONES FINALES

Se puede concluir que el concepto de turismo está asociado a lo cotidiano de quienes lo practican. Esto principalmente se puede observar en el trabajo con niños. Considerando los objetivos propuestos en este trabajo, se vio que la inserción de la actividad turística en el núcleo urbano se da como un fenómeno de *tentacularización*. Quizá sería más clara la metáfora *abrazo de una serpiente*, que estrangula; y ese estrangulamiento está asociado a diferentes cuestiones.

En el distrito se ha dado un proceso denominado de turistificación por parte del turista que [des]territorializa a los habitantes de São Bartolomeu, transformando sus espacios y reutilizándolos en determinadas fracciones de tiempo. Se observó que debido al interés turístico sobre el distrito, aumentó la demanda en la compra de terrenos y la inversión en infraestructura. En consecuencia, se desencadenó el aumento de los precios de los terrenos, llevando a un nuevo proceso que se puede identificar como de [des]territorialización, según Macedo (2006).

En lo que respecta a las percepciones ambientales de los habitantes, se deduce a través del breve análisis del discurso realizado que las formas de turistificación son aprendidas en diversos momentos de su producción discursiva. A pesar de que los discursos analizados eran polifónicos, responden a la creación social del sentido del lugar São Bartolomeu y critican algunos aspectos de la [re]significación espacial vivida.

Se puede concluir que, independientemente de la edad, hay aspectos tanto positivos como negativos que surgen del crecimiento de la actividad turística. Hay que considerar también los aspectos negativos ya que son reconocidos por gran parte de los habitantes. Esos aspectos, entendidos como problemas, deben ser trabajados de manera eficiente y articulada buscando la reestructuración de la actividad. Los principales aspectos negativos de la turistificación son resumidos así: la falta de respeto del turista en lo referente a la intimidad de las personas de la comunidad, al silencio del lugar y sus costumbres, principalmente en lo que hace al vestuario.

Se sugiere la realización de otro trabajo sobre la educación del turista reflexionando sobre la apropiación del espacio en São Bartolomeu, ya que la relación que muestran los niños de expropiación simbólica del río a favor de los turistas, indica un cambio brusco de los momentos de socialización, de entretenimiento, etc.

En función del relato de E5, así como de lo dicho por los demás sujetos, se hace necesario trabajar aunque sea brevemente con la educación del turista lo cual puede realizarse de diversas maneras y aquí se citan algunas: (1) información oral al turista; (2) información y recursos de interpretación ambiental y patrimonial dispuestos en la entrada, para preparar al turista; (3) durante la alta temporada se puede organizar un *blitz educativo*, deteniendo a los vehículos de manera obligatoria, con información brindada por los habitantes acerca del turismo y la vida cotidiana, de manera breve y eficiente.

Según los pobladores de São Bartolomeu, hasta quienes se dicen respetuosos (mochileros) no lo son, por lo tanto hay mucho para trabajar en este sentido. El turismo no puede ser una manifestación agresiva de [des]territorialización completa y absoluta. El turismo no debe ser violento, pero sí debe dar la posibilidad de aprender.

A partir de las reflexiones realizadas se exponen estas sugerencias en las consideraciones finales con el fin de lograr futuros cambios, tanto en la conducta de los sujetos como en los ámbitos académicos con el objetivo de realizar aportes a la geografía para el estudio del turismo y su planificación. Si se considera que la actividad turística incita transformaciones en el espacio y en lo cotidiano, puede afirmarse que también motivaría cambios en los objetos de estudio de la geografía; destacando la contribución científica de este trabajo al estudio del turismo, una actividad relacionada a diversas áreas de las ciencias sociales aplicadas, las ciencias humanas y las ciencias naturales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bakhtin, M. M. & Volochinov, V.** (1979) "Marxismo e filosofia da linguagem". Hucitec, São Paulo
- Barbosa, M. F. Pires** (2007). Percepção Ambiental e turismo: o caso do Povoado de Cabeça de Boi / Itambé do Mato Dentro (MG). Monografia de final de curso apresentada ao curso de graduação em Turismo da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte. 96 pp.
- Benevides, I. Dutra Murta; N., M. C. Mendonça; Lima, G. C.; Rodrigues, A. Leite da Silva** (2007) "Construção de estratégias e os espaços simbólicos: um estudo no *shopping* popular Oiapoque". In: XXXI Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração - ENANPAD
- Bueno, O. Amorim Filho** (1987) "O contexto teórico do desenvolvimento dos estudos humanísticos e perceptivos na Geografia". In: Percepção Ambiental: Contexto Teórico e Aplicações ao Tema Urbano. Departamento de Geografia. Instituto de Geociências. Universidade Federal de Minas Gerais. Publicação Especial (5):9-20
- Bueno, O. Amorim Filho** (1999) "Topofilia, topofobia e topocídio em Minas Gerais". In: Del Rio, V. y Oliveira, L. de. (organizadores) Percepção Ambiental: A Experiência Brasileira. 2ª Edição. UFSCar/Studio Nobel, São Carlos (SP), pp. 139-159
- Bustos Cara, R.** (1996) Territorialidade e identidade regional no Sul da Província de Buenos Aires. In Santos, M. et al (orgs). Território: globalização e fragmentação. Hucitec, São Paulo –pp. 261-269
- Cardoso, R. de Oliveira** (1988) "O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever.". In: O trabalho do antropólogo. Paralelo 15/UNESP, São Paulo, pp. 17-35.
- Castro, A. L. Almeida** (2005) "A influência da identidade projetada na reputação organizacional". 2005. 361 f. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte
- Constant, S. Vergara** (2005) "Métodos de pesquisa qualitativa em administração". Atlas, São Paulo
- D'Alessio, L. Ferrara** (1988) "Uma pesquisa". In: D'Alessio, Lucrecia Ferrara. Ver a Cidade. Nobel, São Paulo, pp. 75-81
- DaMatta, R.** (1991). A casa & a rua: Espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. Editora Guanabara Koogan S/A, Rio de Janeiro
- Davenport, T. H. & Prusak, L.** (2003) "Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual". 10. ed. Campus, Rio de Janeiro
- Ducrot, O.** (1987) "Esboço de uma teoria polifônica da enunciação". In: O dizer e o dito. Pontes, Campinas, pp. 161-222
- Filgueira, A. Leite** (1998) "O lugar: duas acepções geográficas". Anuário do Instituto de Geociências – UFRJ. Laboratório de Geo-Hidroecologia. 21(s/n):9-20
- Foote-Whyte, W.** (1975) "Treinando a observação participante". In: Zauar, A. (Org.). Desvendando Máscaras Sociais. Livraria Francisco Alves Editora S.A., Rio de Janeiro, pp. 77-86
- Knafou, R.** (1999) "Turismo e território. Por uma abordagem científica do turismo". In: Rodrigues, Adyr Aparecida Balastrieri. (org.). Turismo e Geografia. Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais. Hucitec, 2 ed., São Paulo, pp. 62-74

- Lobato, R. Corrêa**(1996) "Territorialidade e corporação: um exemplo". In Santos, Milton *et al.* (orgs). Território: globalização e fragmentação. Hucitec, São Paulo, pp. 251-256
- Luz Pessoa, D. B.** (1999) "Dialogismo, polifonia e enunciação". In: Luz Pessoa, Diana Barros y Fiorin, José Luiz (orgs.) Dialogismo, Polifonia e Intertextualidade. Edusp, São Paulo
- Macedo, T. Alves de Brito** (2006) "A importância das escalas espaciais para compreensão do processo de globalização". *Geografias: Revista do Departamento de Geografia do Programa de Pós-graduação em Geografia IGC/UFMG*. 2(1): 93-106
- Malinowski, B.** (1978) "Introdução". In: Malinowski, Bronislaw. *Argonautas do Pacífico Ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia*. Ed. Abril, São Paulo, pp. 17-34
- Mayumi, M. Pereira Souza; Mara, D. S. Barbosa; Carvalho, P. V. de; Benevides, I. Dutra; Nascimento, M. C. Mendonça** (2007) "De camelô a empreendedor? O impacto da mudança espacial na identidade dos ambulantes". In: XXXI Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração (ENANPAD). Rio de Janeiro
- Pêcheux, M.** (1990) "Análise automática do discurso". In: F. Gadet & T. Hak (orgs). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêchux*. Unicamp, Campinas, pp.61-87
- Ramos, R. Torres** (1999) "Distrito de São Bartolomeu/Ouro Preto: Um estudo sobre o potencial turístico de seu patrimônio cultural e natural". Relatório final de pesquisa de iniciação científica. Escola de Arquitetura da UFMG, Belo Horizonte
- Santos, M.** (1987) "O espaço do cidadão". Nobel, São Paulo
- Tapani, Toni Eerola.** Shopping centers: A construção de Territórios de Consumo na pós Modernidade. In: *El Norte – Finnish Journal of Latin American Studies*. Mai/2006, 16p.
- Thiollent, M. J. M.** (1987) "Crítica metodológica, investigação social e enquete operária". Polis, São Paulo
- Tuan, Yi-fu** (1980) "Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente". Difel, São Paulo
- Yázigi, E.** (2001) "Começando: o desmanche da paisagem". In: *A Alma do Lugar: Turismo, Planejamento e Cotidiano*. Contexto, São Paulo, s/p.

Recibido el 26 de septiembre de 2008

Correcciones recibidas el 19 de noviembre 2008

Aceptado el 26 de noviembre de 2008

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués