

TURISMO, REDES, REGIÕES E PRODUÇÃO GEOGRÁFICA SOBRE O TERRITÓRIO BRASILEIRO

Maria del Carmen Matilde Huertas Calvente

Doutora em Geografia. Professora Adjunta da Universidade Estadual de Londrina. Coordenadora do Projeto TERNOPAR – Turismo e Excursionismo Rural no Norte do Paraná. E-mail: calvente@uel.br.

Carlos Eduardo Pontes Galvão Filho

Bacharel e Licenciado em Geografia. Professor da Rede Pública de Ensino do Estado de São Paulo. Ex-membro do Projeto TERNOPAR – Turismo e Excursionismo Rural no Norte do Paraná E-mail: cae_galvao@hotmail.com.

Érica Mantovani Martins

Mestranda em Geografia, Meio Ambiente e Desenvolvimento da Universidade Estadual de Londrina. Membro do Projeto TERNOPAR – Turismo e Excursionismo Rural no Norte do Paraná E-mail: kekaternopar@hotmail.com.

RESUMO

Quais são, atualmente, os papéis a serem desempenhados pelas redes na organização do turismo no território brasileiro? E o que dizer sobre a importância das redes de conhecimento? Tomando por base essa questão inicial, discutimos o papel das redes como instrumento do poder e da seleção dos lugares. Partimos, então, para a discussão das redes de conhecimento. Para compreender a difusão dos estudos de Geografia sobre o turismo no território brasileiro, escolhemos três eventos da Associação dos Geógrafos Brasileiros. O trabalho de sistematização revelou estudos geográficos sobre o turismo nacional manifestados de maneira multifacetada nas regiões brasileiras, pela diversidade dos meios naturais e/ou dos grupos sociais encontradas no país, diferenças essas refletidas em disparidades no uso do território. Ocorre um dinamismo nas áreas turísticas, sendo que locais conhecidos historicamente como de destacado uso turístico têm dado lugar a novos locais, escolhidos pelos visitantes, pelas firmas hegemônicas do setor ou ainda pelas políticas públicas relacionadas.

Palavras-chave: território, turismo, redes de conhecimento.

TOURISM, WEBS, REGIONS AND GEOGRAPHIC PRODUCTION ON BRAZILIAN TERRITORY

ABSTRACT

What are the roles played, nowadays, by the webs in tourism organization on Brazilian territory? With this question as a starting point, the paper discusses the role of webs as a

ruling and place selector instrument. Next, knowledge webs are discussed. In order to comprehend the diffusion of geographic studies about tourism on Brazilian territory, three events of the Brazilian Geographers Association have been chosen. Such studies were found to be multifaceted in Brazilians regions. Environmental diversity and the variety of social groups shown by differences in the use of land, appeared to be mayor factors. Tourism areas suffer a dynamic change: historically known as tourism attractive localities they have given place to new ones. The latter been chosen by visitors or by the hegemonic firms of the affair or still by public policies.

Keywords: territory, tourism, knowledge webs

INTRODUÇÃO

Para conciliar o meio técnico-científico informacional e suas redes técnicas e a “naturalidade” dos lugares – hoje um dos fortes atrativos para o turismo –, criam-se pontos de conexão que podem, por exemplo, ligar uma agência de viagens de uma capital européia a um pequeno lugar, representado como “selvagem”, da região amazônica.

A centralização do poder de decisão da oferta de destinos turísticos, realizada pelas firmas hegemônicas do setor, pode excluir ou incluir lugares na determinação de serem atrativos para o turismo interno ou internacional, dando, por exemplo, maior destaque na divulgação e propaganda de alguns lugares, fazendo com que outros sejam “invisíveis” na oferta aos turistas.

O papel do Estado e das políticas públicas no processo é, também, fortemente seletivo, já que é com base na criação da infra-estrutura que o turismo é organizado no território. Quando o Estado é cobrado e atua para a criação da infra-estrutura necessária, essa atuação geralmente é vista qual seja um encaminhar rumo ao desenvolvimento. Mas questões como: “para quem é esse desenvolvimento?” e “que tipo de desenvolvimento é esse?” tornam-se cada vez mais necessárias.

Nesse sentido, as redes de conhecimento podem ter uma importante atuação. O artigo trará informações sobre os estudos geográficos do turismo no Brasil. Ao mesmo tempo em que os enfoques aparecem diferenciados, a distribuição dos lugares estudados na *geografia do turismo* mostra-se de maneira diversificada, levando em conta uma maior ou menor concentração de instituições de pesquisa geográfica. A importância dos eventos geográficos nacionais da AGB – Associação dos Geógrafos Brasileiros –, pontos de encontro de pesquisadores e também de graduandos em Geografia, está exatamente na oportunidade de fornecer condições para um diálogo nacional.

A ampliação do número de universidades e faculdades de Geografia pelo país sugere que pontos do território venham à luz em estudos geográficos, com as leituras regionais sobre os mesmos. Para tanto, a necessidade de uma AGB preocupada com o Brasil como um todo, não se restringindo apenas às instituições de maior destaque do país, aparece como pressuposto para que as trocas de informações sejam realizadas de maneira abrangente, contemplando as diversas instituições de pesquisa geográfica do território nacional.

A história do território brasileiro é realizada de maneira seletiva, com pontos e manchas de desenvolvimento e presença maior de técnicas e, após a década de 1970, o território vem conhecendo ações que são tentativas da realização efetiva de uma verdadeira integração nacional. O desenvolvimento dos transportes e, sobretudo, das redes de telecomunicação, têm aumentado essa possibilidade.

O que parece uma opção individual (o destino de uma viagem) é, na verdade, uma decisão que pode ter sido tomada anteriormente e, muitas vezes, sem a participação direta do viajante. Ou seja, essa decisão pode ter sido tomada por grandes empresas interessadas em lucros com a oferta de destinos turísticos, ligadas ao poder centralizador no fluxo de informações e de representações sociais sobre os lugares, já que é conhecido o importante papel da mídia (especialmente a televisão) na construção dos desejos e necessidades. As redes, assim, favorecem a concentração seletiva dos locais turísticos e são fundamentais para entender a produção do espaço na contemporaneidade.

AS REDES E A PRODUÇÃO DE LOCAIS TURÍSTICOS

As redes – em especial as redes de transporte e de comunicações – já eram de extrema importância no século XIX e na primeira metade do século XX. Um

exemplo disso é o conjunto de cidades no qual Londrina (uma das quatro cidades mais populosas do Sul do território brasileiro) está inserida: esse conjunto foi formado tomando por base uma “rede” ferroviária, que criou uma “rede” urbana. Assim, as redes acompanharam a Geografia.

Mas a importância atual das redes nos estudos geográficos é o de desfazer a visão única do território e da região através do critério de contigüidade, uma vez que a tecnologia da informação (e suas redes) criou uma outra regionalização, que não é mais formada por áreas contínuas, mas por pontos e linhas (vertical).

Já na década de 1980, Milton Santos propôs uma nova regionalização para o país. O território passara a ser comandado pelos fluxos de informação e pelo controle da tecnologia. Há, cada vez mais, um processo de domínio do território mundial pelas empresas que possuem o controle das redes técnicas. O próprio Estado está subordinado, nos seus projetos, a esse controle, que opera por meio das cidades que passam a ser denominadas de ‘mundiais’ e que, no caso da América do Sul, têm como melhor exemplo a cidade mundial de São Paulo. Esse meio técnico-científico informacional cria, no Brasil, uma Região Concentrada (Sul, Sudeste e parte do Centro-Oeste), manchas (áreas do Centro-Oeste e da Bahia) e pontos (em todas as capitais e cidades médias), segundo Milton Santos (1988).

O aumento da importância da ciência e da tecnologia criou uma clivagem entre aqueles que detêm o conhecimento e os que estão excluídos dele. Assim, a ciência e a tecnologia estão sendo utilizadas a serviço das empresas hegemônicas, que estão diminuindo de número, ao mesmo tempo em que exigem do Estado investimentos em infra-estrutura para sua instalação.

Enfim, esse é mais um desafio a ser enfrentado nos estudos geográficos: o de pensar o território, concomitantemente, em continuidade e descontinuidade. As seguintes questões devem ser feitas ao escolher-se um tema para a pesquisa. De onde vêm as ordens que comandam o território? Como elas se traduzem na configuração territorial? Quais os grupos que são beneficiados ou prejudicados por elas? O objetivo é compreender e descortinar o que pode parecer “natural”, mas que

faz parte do que Milton Santos chamou de “globalização perversa”. As definições de redes se multiplicam, entretanto podem ser definidas por duas grandes matrizes:

A que apenas considera o seu aspecto, a sua realidade material, e uma outra, onde é também levado em conta o dado social. A primeira atitude leva a uma definição formal [...]. Mas a rede é também social e política, pelas pessoas, mensagens, valores que a freqüentam. Sem isso, a despeito da materialidade com que dispõe aos nossos sentidos, a rede é, na verdade, uma mera abstração. [...] as segmentações e partições presentes no espaço sugerem, pelo menos, que se admitam dois recortes. De um lado, há extensões formadas de pontos que se agregam sem descontinuidade, como na definição tradicional de região. São as *horizontalidades*. De outro lado, há pontos no espaço, que separados uns dos outros, asseguram o funcionamento global da sociedade e da economia. São as *verticalidades*. (SANTOS, 2004, p. 262 e 284)

As horizontalidades fornecem a produção do lócus, e as verticalidades abarcam outros veículos da produção como a circulação, distribuição e consumo, tornando-se veículos de cooperação econômica, política e até mesmo geográfica. É tomando por base o emaranhado de serviços imbuídos de valores e mensagens, horizontais ou verticais, que as redes se constituem como determinantes dos serviços prestados entre territórios. Conseqüentemente, se caracterizam como um instrumento de poder na seleção de lugares possíveis de turistificação, apresentando esses como mais ou menos acessíveis ao público neles interessados, valendo-se da oferta de meios de acesso e de locomoção e, principalmente, com base na divulgação desses lugares.

Os laços existentes nas relações da atividade turística, e que geram uma rede de informações e decisões sobre o rumo da atividade, têm apontado para uma concentração muito forte sobre quais locais, no Brasil, “podem ser oferecidos” aos interessados, afinal é a imagem do país que está à mostra. Ainda há um grande predomínio do turismo “sol e praia” (figura 1). A importância das redes técnicas de comunicação aparece no sentido de selecionar quais são os lugares que vão ter maior destaque na mídia, salientando que esse mérito pode não ser de valor educacional, histórico, ou ainda natural, mas sim das vantagens econômicas que podem oferecer aos empresários do setor.



Figura 1: Imagens do Brasil apresentadas *on-line*. Fonte: Brasil, 2008.

São as agências de viagem que vêm trabalhando essa oferta de lugares turísticos, sobretudo em relação aos locais com maior infra-estrutura e facilidade no acesso. O aumento do número de agências de viagens e a constatação de sua concentração espacial no eixo Rio de Janeiro – São Paulo (SANTOS E SILVEIRA, 2002), demonstra a grande quantidade de turistas dos grandes centros urbanos que organizam suas viagens com auxílio das agências. Isso ocorre tanto para maior comodidade em relação à compra de passagens aéreas ou porque desejam contatos com os funcionários das mesmas com o objetivo de “descobrirem” lugares.

Na pesquisa realizada nas agências de viagens, constatou-se que a escolha do destino turístico varia um pouco, como indicam os quadros 1 e 2. Muitos clientes procuram a agência já tendo uma idéia do lugar desejado, muitas vezes informados por amigos sobre as condições do lugar, como se constatou em diálogos durante a aplicação do questionário. Outros conversam com os funcionários para maiores informações. Os meios de comunicação são também vários, embora os lugares mostrados sejam praticamente os mesmos. A seguir, os quadros mostram como a agência “descobre” os lugares que estão “na moda” e os meios de comunicação mais utilizados.

Quadro 1	
Como a agência “descobre” os locais que são oferecidos?	
<i>Respostas</i>	<i>Percentual</i>
De acordo com a demanda dos clientes	35,3%
As operadoras montam os pacotes	23,5%
Informações nas feiras de turismo (Congressos, <i>Workshops</i>)	17,6%
Internet	11,8%
Matriz da empresa	5,9%
Visitas técnicas dos representantes de hotéis nas	5,9%

agências	
<i>Total</i>	<i>100%</i>

Fonte: Pesquisa Projeto Ternopar – UEL, 2005.

Quadro 2
Como é feita (locais) a propaganda dos pacotes e da agência?

<i>Respostas</i>	<i>Percentual</i>
Internet	25,9%
Jornal	22,6%
Televisão	16,1%
“Boca a boca” (indicação de clientes)	9,7%
Panfletos	9,7%
Mala direta	3,2%
Rádio	3,2%
Lista telefônica	3,2%
Revistas	3,2%
Visita em empresas	3,2%
<i>Total</i>	<i>100%</i>

Fonte: Pesquisa Projeto Ternopar – UEL, 2005.

As agências de viagem recebem comissões das empresas aéreas e dos hotéis e assim, na lógica de uma sociedade capitalista, nada mais coerente que a oferta de destinos turísticos que necessitem de deslocamento aéreo e ofereçam hospedagem em grandes hotéis, cada vez mais comuns (figura 2). No entanto, esse consumo seletivo do e para o turismo tem trazido impactos negativos à economia e à população local de áreas próximas aos resorts. E, também, os desejos criados pela mídia e os interesses econômicos localizados nos centros de decisões sobre a atividade turística têm gerado modificações nos principais destinos turísticos brasileiros.



Figura 2: Costão do Santinho Resort e Spa, em Florianópolis (SC).

Possui 625 dormitórios. Fonte: Via BR Turismo e Eventos, 2006.

Nesse contexto da esfera privada direcionando as perspectivas futuras para a caracterização de territórios turísticos, levando ainda em consideração os estudos sobre o perfil dos turistas para elaboração de roteiros e oferta de pacotes de viagem, não há como ignorar que o poder público vem mostrando interesse no assunto. O turismo vem sendo usado para fins políticos e econômicos, freqüentemente não para a população como um todo e sim selecionando os agentes beneficiados, bem como os locais que merecem maiores investimentos das políticas públicas, geralmente os de maior destaque internacional e na mídia.

No papel de dirigir ou sujeitar às regras as áreas turísticas estão os agentes de instituições e empresas transnacionais, nacionais, estaduais, regionais e locais, com suas escalas de ação específicas. Com os objetivos mais diversos, porém especialmente econômicos e políticos, os que têm poder de decisão vão estabelecer normas, facilitando ou dificultando determinadas ações, inclusive mediante a concessão de financiamentos e subsídios. (CALVENTE, 2005, p. 29)

Estudos geográficos sobre a relação do poder público com a atividade turística (CRUZ e SAN SOLO, 2003; GONÇALVES e PEREIRA, 2004) mostram como tem acontecido a organização dos territórios turísticos mediada pelas esferas públicas e privadas da sociedade. Grandes grupos internacionais, responsáveis por movimentação de grande parte do capital do turismo, são importantes para os governantes já que a esses importam as estatísticas ou quanto do PIB (Produto Interno Bruto) a atividade tem gerado.

Considerando o território turístico como local de confronto ou confluência entre os interesses de quem ali habita e daqueles que estão de passagem, um desafio das políticas públicas é o de conciliar as diversas dimensões. Em pesquisa sobre as políticas públicas de coleta seletiva na cidade de Salvador (BA), Santos e Silva (2004) constataram a desigualdade relacionada ao turismo: os lugares de maior visibilidade turística recebem de melhor maneira a coleta do lixo, ao passo que outras áreas são prejudicadas já que não fazem parte das imagens do circuito turístico da capital baiana.

O papel do Estado e das políticas públicas no processo é, então, fortemente seletivo, já que, além da preocupação com o território – como, por exemplo, na revitalização de áreas turísticas ou na manutenção de limpeza nessas localidades –, é com base na criação de infra-estrutura para as redes de transporte que o turismo é organizado no território. Apesar disso, praticamente nenhuma infra-estrutura é exclusivamente turística (CRUZ, 2003), o que remete à questão do conflito morador – turista, já que a atividade ocorre usufruindo elementos do território que servem como base para a vida cotidiana dos moradores locais.

Ocorrem diferentes perspectivas sobre o que se espera acerca da instalação ou não de estruturas no território. Por exemplo, se o atrativo de uma localidade forem características rústicas, o desejo do turista é que esta se mantenha assim para ser um lugar diferente do qual está acostumado. Por outro lado, o crescimento do fluxo de turistas nessa mesma localidade pode significar esperanças aos moradores locais de melhorias urbanas, o que certamente trará modificações ao lugar. Há que se pensar que o turista faz um uso efêmero do destino turístico. Não vive lá a maior parte do tempo e não sabe de eventuais dificuldades do dia-a-dia dos residentes.

Incompreensões acerca dessas diferentes perspectivas sobre o desenvolvimento de áreas turísticas, aliadas aos interesses econômicos dos grupos privados do setor e ainda com políticas públicas que têm priorizado o incentivo aos grandes empresários, têm gerado um sistema em que cada vez mais os pequenos empresários do setor são sufocados pelos grandes empreendimentos, pela concentração de propagandas e informações de lugares específicos. Resta a sobrevivência ou mesmo o crescimento de locais turísticos fora das grandes redes

de comunicação, com o apoio dos meios alternativos como é o caso de vínculos com universidades, escolas da região ou programas municipais de turismo. Os diversos cursos brasileiros de pós-graduação em Geografia têm apresentado, nos últimos anos, vários estudos sobre a questão. Mas, como será destacado a seguir, ainda há grandes lacunas nos estudos da ocorrência do turismo em algumas das regiões brasileiras.

REDES DE CONHECIMENTO E TURISMO NO TERRITÓRIO BRASILEIRO

As redes de conhecimento “[...] podem ser definidas como espaços onde ocorrem a troca de informações e experiências entre profissionais de diversas áreas” (FLEURY, 2003, s/p). No contexto regional:

[...] as redes de conhecimento devem ser capazes de ressaltar características específicas de cada região, evidenciando potencialidades, possibilidades, carências e riscos. Para que isto aconteça, os fluxos de informação devem fluir da periferia para o centro, de baixo para cima. (FLEURY, op. cit., s/p).

Pode-se então constatar que o conhecimento também está inserido no contexto das redes de informação. Num país como o Brasil, onde a educação superior pública e de qualidade ainda enfrenta grandes problemas, é possível perceber que a distribuição dos estabelecimentos de ensino de Geografia é um espelho das características sócio-econômicas, concentrando-se em regiões economicamente polares.

Porém, assim como as redes apresentadas por Santos (2004) possuem pontos luminosos, as redes de conhecimento da ciência geográfica também mostram alguns pontos espalhados por outras regiões do território, com produções relevantes para a construção da ciência. Isso permite analisar a atividade turística também dentro de mais esta rede, a rede de conhecimento, que se insere nas redes de informação e comunicação.

A atividade turística é uma relevante forma de uso do território nacional neste início de século XXI e, dentro da Geografia, há geógrafos estudiosos da temática e outros contrários a tais estudos ou, pelo menos, da forma como esses têm sido realizados (GALVÃO FILHO, 2005). O conflito entre as duas posturas tem

gerado polêmica e discussão sobre qual seria o papel da Geografia no que diz respeito ao seu olhar sobre o turismo.

Para ampliar o material sobre o tema do turismo dentro da Geografia brasileira, partiu-se da sistematização dos dados obtidos nos anais dos últimos três eventos nacionais realizados pela AGB, o XIII Encontro Nacional de Geógrafos, João Pessoa, 2002; o VI Congresso Brasileiro de Geógrafos, Goiânia, 2004 e o XIV Encontro Nacional de Geógrafos, Rio Branco, 2006, querendo saber quais os locais analisados pelos estudiosos da geografia e do turismo, e como essa questão vem sendo discutida no âmbito nacional. A diferenciação do território nacional na difusão do meio técnico-científico informacional significa também formas diferentes de pensar a Geografia e, conseqüentemente, o modo desta enxergar o território brasileiro:

Certas áreas do país vêm sendo estudadas em profundidade, embora com metodologias diferentes, nos últimos cinquenta anos e já são relativamente conhecidas; em outras áreas, porém, como o Nordeste Ocidental, o Norte e grande parte do Centro-Oeste só agora começam a se desenvolver instituições geográficas que necessitam uma mais rápida intensificação. Acreditamos que a AGB tem um grande papel a desempenhar na intensificação dos estudos e pesquisas dessas áreas, procurando acabar ou pelo menos atenuar as desigualdades regionais do conhecimento geográfico (ANDRADE, 1994, p.77).

AS DIFERENCIAÇÕES REGIONAIS

O desafio é o de interpretar os trabalhos analisados, procurando saber como a atividade turística tem ocorrido para a (re)elaboração do espaço geográfico. Pretendeu-se verificar a dimensão nacional da atividade turística e os olhares geográficos sobre o território nacional usado pelo turismo. “Uma preocupação com o entendimento das diferenciações regionais e com novo dinamismo das suas relações tem norteado particularmente a busca de uma interpretação geográfica da sociedade brasileira” (SANTOS e SILVEIRA, 2002, p.22).

Oficialmente, o território brasileiro está dividido em cinco regiões, cujos limites correspondem sempre com as fronteiras dos estados que as compõem (quadro 3). A região Norte ocupa a maior parte da área do território

(aproximadamente 45%) e é formada por sete estados. É o domínio da bacia amazônica. A região Nordeste está dividida em quatro grandes zonas (meio-norte, zona da mata, agreste e sertão) e possui nove estados. A região Sudeste é a de maior importância econômica e também a de maior índice populacional, concentrando aproximadamente 42% dos brasileiros. A região Sul (com as menores temperaturas médias) é a que apresenta também a menor área, com apenas três estados, com rios que formam a bacia do Paraná, de grande importância pelo potencial hidrelétrico. Por fim, a região Centro-Oeste é dominada pelo Planalto Central brasileiro, e é formada por três estados e o Distrito Federal. Vem sofrendo grande impacto na sua cobertura vegetal, com o cerrado sendo substituído por extensas plantações ou pela criação de gado.

Quadro 3	
As regiões (critério da horizontalidade) e os estados brasileiros	
<i>Região</i>	<i>Estados</i>
Norte	Acre (AC) – Amazonas (AM) – Amapá (AP) – Pará (PA) – Rondônia (RO) – Roraima (RR) – Tocantins (TO)
Nordeste	Alagoas (AL) – Bahia (BA) – Ceará (CE) – Maranhão (MA) – Paraíba (PB) – Pernambuco (PE) – Piauí (PI) – Rio Grande do Norte (RN) – Sergipe (SE)
Centro-Oeste	Distrito Federal (DF) – Goiás (GO) – Mato Grosso (MG) – Mato Grosso do Sul (MS)
Sudeste	Espírito Santo (ES) – Minas Gerais (MG) – Rio de Janeiro (RJ) – São Paulo (SP)
Sul	Paraná (PR) – Rio Grande do Sul (RS) – Santa Catarina (SC)

Dos 37 cursos de pós-graduação em Geografia, stricto sensu, reconhecidos pelo Ministério de Educação, 13 estão na região Sudeste e 9 na região Sul (quadro 4), confirmando a Região Concentrada do meio técnico-científico informacional. Por outro lado, a região Norte possui apenas três cursos e, como está a seguir, apesar da importância das preocupações com os impactos do turismo na região amazônica, uma quantidade ínfima de pesquisas apresentadas a respeito.

Quadro 4		
Cursos de pós-graduação em Geografia (mestrado e doutorado) por região brasileira		
<i>Região</i>	<i>Quantidade</i>	<i>Cursos</i>
Norte	3	UFPA (PA) – UNIR (RO) – UFAM (AM)
Nordeste	7	UFBA (BA) – UFC (CE) – UECE (CE) – UFPB/J.P. (PB) – UFPE (PE) – UFRN (RN) – FUFSE (SE)
Centro-Oeste	5	UNB(DF) – UFG (GO) – UFMS (MS) – UFGD (MS) – UFMT (MT)
Sudeste	13	UFMG (MG) – UFU (MG) – UFRJ (RJ) – UFF (RJ) – UERJ (RJ) – PUC-RIO (RJ) – UNICAMP (SP) – UNESP/PP (SP) – UNESP/RC (SP) – PUC/SP (SP) – USP/GEOGRAFIA FÍSICA (SP) – USP/GEOGRAFIA HUMANA (SP) – PUC/MG (MG)
Sul	9	UFPR (PR) – UEM (PR) – UEPG (PR) – UNIOESTE (PR) – UFRGS (RS) – UFSM (RS) – FURG (RS) – UFSC (SC) – UEL (PR)
Total	37	

Fonte: Brasil, 2007a.

A questão que surgiu nesse momento da pesquisa foi a de obter dados confiáveis a respeito da distribuição quantitativa do turismo no território brasileiro. Há muitas informações, principalmente na Internet, que não explicam a metodologia utilizada. Decidiu-se trabalhar com os dados oficiais, apesar de certas dificuldades, pois o material do Ministério do Turismo (BRASIL, 2007b) informa os destinos mais visitados no Brasil divididos em três categorias, pela motivação: 1) lazer; 2) negócios, eventos e convenções; e 3) outros motivos. Informa também que a base numérica dos dados é diferenciada. Para conseguir montar as tabelas abaixo, foi feito um cálculo proporcional, com o seguinte percentual para cada uma das categorias: 1) lazer = 44,4%; 2) negócios, eventos e convenções = 29,1% e 3) outros motivos = 26,5%. Após os cálculos necessários se obteve os resultados do quadro 5.

Quadro 5

**Destinos mais visitados pelos turistas estrangeiros no Brasil
(síntese - ano 2005)**

<i>Município – Estado</i>	<i>Região</i>	<i>Percentual</i>
São Paulo – SP	Sudeste	29,0
Rio de Janeiro – RJ	Sudeste	27,1
Foz de Iguaçu – PR	Sul	9,8
Salvador – BA	Nordeste	7,6
Florianópolis – SC	Sul	7,0
Curitiba – PR	Sul	4,2
Fortaleza – CE	Nordeste	4,2
Porto Alegre – RS	Sul	3,3
Natal – RN	Nordeste	3,1
Balneário Camboriú – SC	Sul	3,0
Belo Horizonte – MG	Sudeste	2,9
Recife – PE	Nordeste	2,7
Armação dos Búzios – RJ	Sudeste	2,4
Manaus – AM	Norte	2,2
Brasília – DF	Centro-Oeste	1,8
Campinas – SP	Sudeste	1,7
Bombinhas – SC	Sul	1,4
Parati – RJ	Sudeste	1,0
Porto Seguro – BA	Nordeste	0,9
Goiânia - GO	Centro-Oeste	0,7
Ubatuba – SP	Sudeste	0,6
São José dos Campos – SP	Sudeste	0,4
Vitória – ES	Sudeste	0,4

Resposta múltipla

Fonte: Brasil, 2007b.

Nesse momento, como costuma ocorrer quando se está trabalhando com dados estatísticos, encontrou-se um outro complicador, pois o Ministério do Turismo não possui dados disponíveis para o mesmo ano (2005), englobando o turismo doméstico e o turismo internacional. Foram obtidas informações sobre o turismo doméstico no ano de 1998 (quadro 6), consideradas relativamente válidas para uma idéia aproximada da divisão do turismo entre as regiões brasileiras.

**Quadro 6
Estados mais visitados pelo turismo doméstico (ano 1998)**

<i>Estado</i>	<i>Região</i>	<i>Percentual</i>
São Paulo	Sudeste	18,7
Rio de Janeiro	Sudeste	8,2
Ceará	Nordeste	7,3
Paraná	Sul	7,0
Minas Gerais	Sudeste	6,9
Bahia	Nordeste	6,9

Santa Catarina	Sul	5,1
Pará	Norte	4,9
Pernambuco	Nordeste	4,8
Rio Grande do Sul	Sul	4,1
Espírito Santo	Sudeste	4,1
Maranhão	Nordeste	3,8
Goiás	Centro-Oeste	2,8
Paraíba	Nordeste	2,6
Rio Grande do Norte	Nordeste	2,3

Fonte: Brasil, 2007b e 2007c.

Enfim, se produziu um quadro síntese (quadro 7), que dá uma idéia aproximada, ressaltando as inconsistências produzidas por trabalhar, nas bases, com anos diferentes. Como uma idéia geral, percebe-se que o resultado é bastante parecido com o da tabela que mostra a distribuição dos cursos de pós-graduação, com o grande predomínio da região Sudeste, mas aumentando a importância relativa da região Nordeste, alvo das políticas públicas brasileiras para o turismo, nas últimas décadas.

Quadro 7
Tabela síntese – O percentual aproximado de visitas e as regiões brasileiras

<i>Região</i>	<i>Internacional</i>	<i>Doméstico</i>	<i>Média</i>
Sudeste	55,8	42,4	49,1
Nordeste	15,8	30,9	23,4
Sul	24,4	18,1	21,2
Centro-Oeste	2,1	3,1	2,6
Norte	1,9	5,5	3,7
<i>Total</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

Fonte: Brasil, 2007b e 2007c.

AS REGIÕES ESTUDADAS NOS TRABALHOS APRESENTADOS NOS EVENTOS

A partir destas informações, avaliou-se melhor a distribuição dos trabalhos geográficos apresentados nos três últimos eventos nacionais da AGB. Os dados apresentados a seguir (quadro 8) usam como fonte uma pesquisa concluída anteriormente (GALVÃO FILHO, 2005) acrescida da análise dos anais do evento realizado em 2006, em Rio Branco. Usando as regiões brasileiras como parâmetro, o Nordeste aparece como a região mais estudada, embora não seja a região mais visitada (quadro 7). Neste caso, o maior número de pesquisas na região pode ser devido ao alto investimento que a mesma tem recebido, sobretudo de grupos

estrangeiros, que entre outras conseqüências tem gerado significativas transformações espaciais através dos resorts. A seguir observa-se o número de trabalhos por região, além do número de trabalhos que não abordaram um lugar em específico. Adiante, percebe-se que dentro das regiões há uma considerável variedade de lugares estudados, o que indica uma dispersão de pontos cuja atividade turística mereceu a preocupação de pesquisas geográficas. Entretanto, também será constatado que os pesquisadores da região Sul, região que possui 9 cursos de pós-graduação em Geografia e um percentual alto do turismo no território brasileiro (mais de 20%), não têm apresentado um número significativo de trabalhos de pesquisas a respeito do turismo nos eventos nacionais organizados pela AGB.

Quadro 8	
Locais estudados divididos pelas regiões brasileiras	
<i>Região</i>	<i>Total de trabalhos</i>
Nordeste	44
Centro-Oeste	37
Sudeste	34
Sul	9
Norte	5
Nenhum lugar específico	23
<i>Total</i>	<i>152</i>

Fonte: AGB, 2002, AGB, 2004 e AGB, 2006.

Os trabalhos da região Nordeste

O quadro 9 mostra os locais mais pesquisados na região Nordeste. Como se escreveu há pouco, já era esperado que os trabalhos tivessem em sua maioria preocupações com a região Nordeste, por ser a região de maior destaque no Brasil quanto à atividade turística. O turismo sol e praia é a maior atração no país, pelas próprias características paisagísticas do litoral e, especificamente, pelas águas mais quentes das praias nordestinas, e pela propaganda que há tempos prioriza esse tipo de turismo.

Quadro 9	
Locais estudados da região Nordeste	
<i>Locais</i>	<i>Total de trabalhos</i>
Região Nordeste	3
João Pessoa (PB)	3
Fortaleza (CE)	3
Estado da Bahia	2
Estado do Ceará	2
Estado de Pernambuco	2
Paulo Afonso (BA)	2
Salvador (BA)	2
Natal (RN)	2
Outros	23
<i>Total</i>	<i>44</i>

Fonte: AGB, 2002, AGB, 2004 e AGB,2006.

Foram três trabalhos sobre o Nordeste que salientaram a importância da região como atração internacional para o turismo, ocorrendo então uma internacionalização deste território de acordo com as lógicas internacionais de um grande fluxo de capitais. Um dos artigos tratou da necessidade de descentralização do turismo litorâneo na região, já que são perdidas oportunidades de verificar as diversidades climáticas e ambientais que a mesma possui. O outro estudou uma área mais específica do litoral, que vai de Baía da Traição (PB) até Tibau do Sul (RN) e, como analisou o PRODETUR/NE, foi classificado como preocupado com as políticas públicas que envolvem a região Nordeste como um todo.

A capital do Estado da Paraíba, João Pessoa, foi abordada em três estudos; dois enfatizaram a excursão como instrumento didático. Indagou-se se não é apenas mais um nome dado aos tradicionais trabalhos de campo, presentes como proposta nos estudos de Geografia desde o ensino fundamental. O terceiro analisou o processo de urbanização do litoral sul de João Pessoa, análise direcionada aos problemas como a especulação imobiliária e ausência de planejamento e os conseqüentes impactos ambientais e, sobretudo, sociais que as ações geraram, como é o caso da expulsão da população local em razão da elevação do preço da terra.

As três pesquisas acerca da cidade de Fortaleza (CE) concentraram-se nas análises das transformações no mercado imobiliário e na abertura e fechamento de empresas, levando em consideração o papel da atividade turística e os desdobramentos desses acontecimentos para a população e a infra-estrutura local. O modelo internacional do chamado processo de turistificação foi apontado como uma das motivações das desigualdades imobiliárias na cidade. Um dos trabalhos colocou a educação ambiental como possibilidade de reversão desse quadro.

O Estado da Bahia, alvo de dois trabalhos, foi pesquisado sob a ótica das políticas públicas de turismo e os impactos no extremo sul do estado, além da presença do agroturismo em algumas áreas no interior baiano. A cidade de Salvador recebeu abordagens semelhantes, já que os dois trabalhos enfatizaram as exclusões que algumas áreas têm recebido: a Ilha do Frades, localizada na Baía de Todos os Santos e que não recebe número significativo de turistas, por não se enquadrar no perfil de turismo litorâneo e ser mais propícia ao ecoturismo; já a cidade de Salvador é indicada pela seletividade espacial, ou seja, por revitalizar áreas voltadas para o turismo, além da política pública de coleta seletiva de lixo funcionar melhor nessas mesmas áreas.

Ainda na Bahia há trabalhos sobre o município de Paulo Afonso e o turismo ligado ao rio São Francisco. Em um deles foi pesquisado o perfil do turista que frequenta o local, mostrando o destaque que os esportes radicais têm ali. O outro artigo tem uma abordagem aproximada da Geografia Humanista, quando enfoca a percepção ambiental acerca da caatinga e o ecoturismo e sua importância para o respeito aos ambientes naturais, sendo considerada uma questão de topofilia pelo autor, que segue assim as idéias do geógrafo Yi-Fu Tuan.

O Estado do Ceará recebeu conteúdo crítico quanto à falta de efetivação do planejamento, que gera, entre outros impactos, a expulsão da população local e a degradação ambiental da área turistificada. Por sua vez, a cidade de Natal (RN), alvo de duas pesquisas, foi vista sob duas perspectivas: as transformações territoriais, notadamente após 1990, embora não deixando de considerar os primeiros objetos construídos, como o caso da Via Costeira, que serviram de base para as futuras ações públicas ali ocorridas; e a perspectiva do trabalho formal versus o trabalho informal, este sendo representado pelo comércio ambulante. As

idéias desse último trabalho foram pautadas nos dois circuitos existentes no espaço dividido, segundo Milton Santos.

Tratando especificamente do Estado de Pernambuco, duas pesquisas abordaram a possibilidade de educação pelo turismo, ora chamado de pedagógico e ora de geocientífico, sendo em ambos privilegiados os aspectos paisagísticos no processo educacional.

Os trabalhos da região Centro-Oeste

A região Centro-Oeste aparece com 37 trabalhos que analisaram lugares turísticos da região, demonstrando que as pesquisas tiveram como preocupação abordar os problemas ou possibilidades benéficas que a atividade do turismo tem gerado. Três artigos sobre o município de Dourados (MS) abordaram as modificações culturais e territoriais que vêm ocorrendo no município com as visitas. Outro trabalho sobre Dourados (MS) verificou a relação da gestão pública do turismo municipal com o programa de regionalização do turismo do município. A cidade de Goiânia (GO) recebeu atenção especial em quatro pesquisas. O quadro 10 indica os locais mais estudados no Centro-Oeste.

Quadro 10	
Locais estudados da região Centro-Oeste	
<i>Locais</i>	<i>Total de trabalhos</i>
Dourados (MS)	4
Goiânia (GO)	4
Chapada dos Guimarães (MT)	3
Três Lagoas (MS)	3
UHE Serra da Mesa (GO)	2
Campinaçu (GO)	2
Pantanal	2
Estado de Goiás	2
Outros	14
<i>Total</i>	<i>37</i>

Fonte: AGB, 2002, AGB, 2004 e AGB, 2006.

Um ponto turístico muito conhecido é a Chapada dos Guimarães (MT) já que a paisagem e as características físicas da região são de uma beleza cênica que merecem destaque. Os três trabalhos sobre o local procuraram, em um primeiro momento, diagnosticar quem são os turistas que visitam a localidade, e também pesquisar o patrimônio arqueológico presente no Parque Nacional de Chapada dos Guimarães. Relacionaram a presença desse patrimônio com a possibilidade de um turismo cultural e não apenas como visitas alienadas e, pior que isso, que possam contribuir para a degradação ambiental.

O município de Três Lagoas (MS) mereceu interesse de três pesquisas, uma abordou a organização do espaço pela atividade turística de acordo com o crescimento de residências secundárias no entorno, questionando mudanças paisagísticas e o advento da modernidade. O outro artigo defendeu um enfoque multidisciplinar para o planejamento do turismo na cidade e o processo de regionalização turística do Estado do Mato Grosso do Sul.

Os dois trabalhos sobre a área ao redor do lago represado para a construção da Usina Hidrelétrica de Serra da Mesa (GO) exemplificam pesquisas geográficas em áreas que viraram atração turística após modificações ambientais ou ainda aquelas que se tornaram estabelecimento de segundas residências, como nos trabalhos sobre a região de Paulo Afonso (BA) e em outros. No caso da usina localizada no norte goiano, as pesquisas constataram a presença de infra-estrutura voltada para o turismo, bem como modificações nos hábitos da população local. Com relação aos trabalhos sobre Campinaçu (GO), um deles abordou a Usina Hidrelétrica (UHE) de Serra da Mesa, pela proximidade do local e discutiu o papel da mídia na produção do consumidor (turista) e os efeitos para a região.

A região Centro-Oeste, no contexto brasileiro, conheceu maior expansão e intensificação das técnicas após o ano de 1970, com a expansão das fronteiras agrícolas e a migração de sulistas para a região e, conseqüentemente, ocorreu um processo de devastação de suas matas e florestas para a agricultura moderna e de caráter latifundiário. Assim, as preocupações ambientais são temas cada vez mais presentes nos estudos sobre a região. Percebe-se que a atividade turística está sendo alvo dessas preocupações como geradora de impactos ambientais e sociais. Cabe indagar se os estragos ambientais do agronegócio não são imensamente

maiores do que os eventuais estragos de um fluxo de turistas. Além disso, se percebe que os locais abordados sob a ótica do turismo como atividade crescente na região são lugares cuja devastação não ocorreu ainda de forma total e que, por isso mesmo, permanecem como atrativos turísticos. Assim, a atividade está presente nos locais que ainda restam como resquícios de uma natureza que é aceleradamente modificada, e por isso a presença de turistas tem gerado controvérsias. O tema promete discussões e necessita de estudos para pensar a melhor forma das viagens aos locais.

Os trabalhos da região Sudeste

A região Sudeste representa para o Brasil uma área de concentração das novas tecnologias, das redes de informação, do setor de serviços e também das atividades industriais, tanto que Santos e Silveira (2002) a denominaram de Região Concentrada, somadas ainda aos três estados da região Sul. Sobressai o eixo Rio de Janeiro – São Paulo como área onde a concentração é ainda mais intensa. Dessa forma, a região Sudeste concentra também um número mais elevado de instituições de ensino superior. O quadro 11 traz os locais mais estudados na referida região, na perspectiva do turismo.

Quadro 11	
Locais estudados da região Sudeste	
<i>Locais</i>	<i>Total de trabalhos</i>
Uberlândia (MG)	7
Rio de Janeiro (RJ)	3
Ilha Solteira (SP)	2
Vitória (ES)	2
Outros	20
<i>Total</i>	<i>34</i>

Fonte: AGB, 2002, AGB, 2004 e AGB, 2006.

Sete trabalhos analisaram o município de Uberlândia. E os temas variaram: festas religiosas nos distritos do município; levantamento de eventos e potencialidades da cidade no que diz respeito à atratividade turística, com destaque para o rio Araguari e a possibilidade do ecoturismo; o agroturismo e o turismo rural

inseridos nas atratividades econômicas de Uberlândia, além do uso de geoprocessamento para mapeamento turístico e o lazer GLS na cidade.

Dentro da região Sudeste, encontra-se o Estado de Minas Gerais e suas localidades sendo alvo de 16 trabalhos sobre o tema; o Estado do Rio de Janeiro com nove; o Estado de São Paulo com sete e, por último, o Estado do Espírito Santo com dois trabalhos dedicados ao tema e que, por sinal, estão concentrados na capital, Vitória.

Apesar de não ter tido um número elevado de trabalhos, a cidade do Rio de Janeiro (RJ) foi analisada em três pesquisas. Em duas delas o enfoque foi do caráter cultural da cidade, os seus pontos turísticos e a ausência de lugares degradados nos roteiros turísticos, fato este entendido como opção mercadológica para não manchar a “Cidade Maravilhosa”. O centro urbano estaria passando por um processo de refuncionalização para a valorização do patrimônio histórico nele contido. O terceiro trabalho enfatizou a presença do turista estrangeiro, as sinalizações turísticas existentes na cidade para os mesmos e apresentou algumas melhorias feitas no espaço urbano para o turismo.

Os dois artigos sobre Vitória (ES) mostraram a preocupação com o processo de urbanização da cidade e as conseqüências para o ecossistema de manguezais, praticamente extintos após a expansão da malha urbana. Um dos trabalhos mostrou as ações que vêm ocorrendo em escolas de ensino fundamental para aliar o ecoturismo aos projetos educacionais de conservação ambiental, dando ênfase aos impactos gerados nos manguezais. O outro texto avaliou as políticas públicas do governo municipal que têm priorizado a revitalização de áreas para fins turísticos.

A estância turística de Ilha Solteira (SP), localizada no extremo noroeste do Estado de São Paulo, foi trabalhada sob duas perspectivas: o lazer dos moradores mediante as praças existentes na cidade, que somam 14 no total e dão exemplo da cidade planejada de acordo com o interesse dos construtores da Usina Hidrelétrica de Ilha Solteira. A segunda abordou justamente a área em torno do lago da usina e que vem recebendo número cada vez maior de turistas e excursionistas, gerando necessidade de planejamento e de gestão preocupados com esse fluxo.

Os trabalhos da região Sul

Esses são trabalhos sobre a região (quadro 12), que se preocuparam em enxergar o espaço geográfico e os sistemas de ações e objetos turísticos neles presentes. Os dois trabalhos sobre a Ilha do Mel, conhecido local turístico do litoral paranaense, mostram uma preocupação contínua dos pesquisadores já que no ENG/2002 foram apresentadas as primeiras análises e a pesquisa continuou, em forma de mestrado, com resultados apresentados no CBG/2004. O enfoque foi qualidade da água em dois períodos: sem a presença maciça dos turistas e com um alto fluxo dos mesmos. Como já afirmado anteriormente, a quantidade de pesquisas realizadas pelos geógrafos brasileiros a respeito do turismo na região Sul está muito aquém da importância do turismo para a região.

Quadro 12	
Locais estudados da região Sul	
<i>Locais</i>	<i>Total de trabalhos</i>
Ilha do Mel (PR)	2
Outros	7
<i>Total</i>	9

Fonte: AGB, 2002, AGB, 2004 e AGB, 2006.

Os trabalhos da região Norte

A Ilha de Mosqueiro, uma localidade próxima à capital do Estado do Pará, Belém, que após o ciclo da borracha na região tem como atual característica ser um destino turístico para aqueles que buscam conhecer a Floresta Amazônica, foi alvo de duas pesquisas (quadro 13). Um dos trabalhos enfatiza a história da região para a integração nacional e a presença de redes de infra-estrutura, materializadas primeiro pela atividade da borracha e, em um segundo momento, pelas políticas públicas voltadas para o turismo. O outro artigo trabalhou a questão do espaço vivido em uma trilha ecológica do local, indagando sobre a transformação da

paisagem, o reordenamento espacial e a situação da população local. Fica clara a necessidade de intensificar as pesquisas na região, ao se pensar na importância de prever e evitar os impactos negativos do turismo na região amazônica.

Quadro 13	
Locais estudados da região Norte	
<i>Locais</i>	<i>Total de trabalhos</i>
Ilha de Mosqueiro (PA)	2
Outros	3
<i>Total</i>	<i>5</i>

Fonte: AGB, 2002, AGB, 2004 e AGB, 2006.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Focando a atividade turística e as redes técnicas a ela relacionadas, este texto buscou compreender as redes de comunicação. Partiu-se para a compreensão de como é feita a comunicação dos conhecimentos científicos sobre a temática do turismo dentro da Geografia. Buscou-se analisar a distribuição dos estabelecimentos de ensino superior que oferecem cursos de pós-graduação *stricto sensu* em Geografia, e verificou-se novamente a existência de uma área de concentração no território nacional.

Com a análise das recentes produções científicas da Geografia que abordam a temática do turismo no Brasil se percebe que os estudos apresentam uma área de concentração diferente. Isso mostra que a atividade turística no país apresenta um pólo receptor nacional e internacional, o Nordeste, por possuir o chamado turismo sol e praia e ser o alvo principal das políticas públicas nacionais a respeito. Ainda assim, muitos outros estudos mostraram outros pontos na rede da atividade turística, distribuídos por todas as regiões do país.

Entretanto, na análise efetuada, constatou-se que duas das regiões possuem uma quantidade muito pequena de pesquisas geográficas a respeito do turismo, ao considerar os trabalhos apresentados nos eventos nacionais da AGB nos últimos seis anos. A região Norte, apesar de ainda possuir um pequeno percentual de visitas em relação à totalidade do território brasileiro, necessita de estudos que possam prever e minimizar os impactos negativos sobre sua população e sobre as paisagens naturais, no delicado equilíbrio da região amazônica. E verifica-se que na região Sul, já possuidora de uma grande quantidade de visitas e de várias instituições que oferecem pós-graduação em Geografia, o tema ainda não possui a mesma importância que possui nas outras regiões brasileiras.

O diálogo entre os pesquisadores pode trazer melhores resultados, pois saber o que se passa no Norte brasileiro e no Sul ou, enfim, conhecer o turismo realizado em diferentes localidades do país, estudados por diversas instituições, em diferentes níveis de pesquisa, poderá contribuir para reflexões científicas. Estas reflexões podem colaborar no projeto de uma atividade turística, no território brasileiro, diferente do modelo dominante, que realmente possa contribuir para diminuir as diferenças, tanto as regionais quanto entre os diferentes grupos sociais. É com esse pressuposto que se realizou esta pesquisa.

REFERÊNCIAS

- AGB. XIII Encontro Nacional de Geógrafos, 13, João Pessoa, 2002, **Anais...** João Pessoa: UFPB, 2002. CD.
- AGB. VI Congresso Brasileiro de Geógrafos, 6, Goiânia, 2004, **Artigos...** Goiânia: UFG, 2004. CD.
- AGB. XIV Encontro Nacional de Geógrafos, 14, Rio Branco, 2006, **Anais...** Rio Branco: UFAC, 2006. CD.
- ANDRADE, M. C. **Uma geografia para o século XXI**. Campinas-SP: Papyrus, 1994.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Home**. Disponível em <<http://www.turismobrasil.gov.br/>>. Acesso em: 04 de abril de 2008.
- BRASIL. Ministério da Educação. CAPES. **Relação de cursos recomendados e reconhecidos**. Disponível em <http://servicos.capes.gov.br/projetorelacaocursos/jsp/areaalesDet.jsp?cd_area=70600007&grandeArea=CIÊNCIAS%20HUMANAS&areaConh=GEOGRAFIA>. Acesso em: 26 de junho 2007a.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Dados e fatos. Estudos e pesquisas.** Disponível em: <http://200.189.169.141/site/arquivos/dados_fatos/demanda%20turistica/turismo_internacional_brasil_2004_2005_mai07.pdf>. Acesso em: 02 de julho 2007b.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Dados e fatos. Estudos e pesquisas.** Disponível em: <http://200.189.169.141/site/arquivos/dados_fatos/turismo_domestico/EstudoMercadoDomestico1998.pdf>. Acesso em: 02 de julho 2007c.

CALVENTE, M. C. M. H. **Turismo e Excursionismo Rural - potencialidades, regulação e impactos.** Londrina: Humanidades, 2005.

CRUZ, R. C. A. **Introdução à Geografia do Turismo.** 2ª ed. São Paulo: Roca, 2003.

CRUZ, R. C. A. SANSOLO, D. G. Plano Nacional do Turismo: uma análise crítica. **Caderno Virtual de Turismo.** Disponível em <<http://www.ivt-rj.net/caderno/davis/davis1.htm>>. Acesso em: 04 de dezembro 2003.

FLEURY, A. L. Redes de conhecimento: aplicações temáticas e regionais. In: XXIII ENEGEP, 2003, **Artigos...** Ouro Preto, UFMG. Disponível em <http://www.cidade.usp.br/historia/eventos/enegep_fleury.pdf>. Acesso em: 21 de junho 2007.

GALVÃO FILHO, C. E. P. **A Geografia estudando o turismo: uma análise dos trabalhos apresentados em dois eventos geográficos nacionais.** Londrina, 2005. Monografia (Graduação em Geografia) – Departamento de Geociência. Universidade Estadual de Londrina.

GONÇALVES, A. R.; PEREIRA, M. F. V. O ecoturismo em Brotas-SP: ação pública e privada na produção da localidade turística. **Geografia**, Rio Claro, v. 29, n. 2, p.159-167, mai./ago. 2004.

SANTOS, D. M.; SILVA, B. C. Políticas públicas de coleta seletiva de lixo no circuito de visibilidade turística de Salvador-BA. In: VI Congresso Brasileiro de Geógrafos, 2004, **Artigos...** Goiânia, UFG, CD.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção.** 4ª ed. São Paulo: EDUSP, 2004.

SANTOS, M. ; SILVEIRA, M. L. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI.** 4ªed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

SANTOS, M. Materiais para o estudo da urbanização brasileira no período técnico-científico. **Boletim Paulista de Geografia**, AGB, São Paulo, 67, p. 5 – 16, 1º sem. de 1988.

VIA BR Turismo e Eventos. **Costão do Santinho – Florianópolis – SC.** Disponível em <<http://www.viabrtrismo.com.br/costaodosantinho.shtml>>. Acesso em: 08 de setembro 2006.