

POLÍTICAS DE TURISMO EM CÁCERES-MT E A DESCARACTERIZAÇÃO DA POPULAÇÃO LOCAL¹Dione Peres Aguiar²
Evaldo Ferreira³**Resumo**

Este trabalho tem por objetivo mostrar como as atuais políticas para o turismo local estimulam e se interagem às práticas turísticas voltadas para o Festival Internacional de Pesca (FIP), realizado em Cáceres, Mato Grosso. Para tanto, a pesquisa contou com os dados coletados junto à Secretária Municipal de Meio Ambiente e Turismo (SEMATUR), instituição responsável direta pela realização do FIP. Esses dados uma vez avaliados à luz do modelo teórico do processo de geração da “sociedade artificial” apresentado por Cara (2001), e submetidos à análise do FIP enquanto uma prática turística associada ao imaginário social, isto é, as imagens e representações da população local acerca do fazer turístico no lugar, apontam que a política turística em Cáceres capta o mundo de imagens e representações da população e as estimulam visando obter uma resposta desejada do turismo, cujos objetivos se mostram desvinculados do interesse da população. Assim, constata-se que este turismo é segregador econômico, espacial e socialmente.

Palavras Chaves: Festival Internacional de Pesca (FIP), Políticas, População, Turismo.

Abstract

This essay has the purpose to show how the present politicians for the local tourism increase and interact to the turistic practices with the Festival Internacional de Pesca (FIP), at Cáceres, Mato Grosso. However, the research collected the data base withes the Secretária Municipal de Meio Ambiente e Turismo (SEMATUR), that is direct by responsible for the FIP realization. This data base once evaluated to the teoric model of the generation process “artificial society” (CARA, 2001), and analised by the FIP as a turistic practice associated to the social imaginery that is, the images and representations of the local population about the local tourism, indicates that the turistic politicians in Cáceres captures the world of images and representations of the local population, wishing to give then the right answer desired at the turism, these aren’t showing the local interests. With that, we see that turism is economic excluded, special e sociality.

Keywords: International Fish Festival (FIP), Politicians, Population, Turism.

1. INTRODUÇÃO

A pesquisa traça um panorama das atuais políticas de turismo voltadas à promoção do Festival Internacional de Pesca (FIP) em Cáceres-MT (Figura 01), e analisa a concepção da população local (pescadores, empresários e participantes) sobre atividade turística. Também faz um paralelo da prática do Turismo em relação às imagens e representações que afetam o mundo simbólico da sociedade residente, que segundo Cara (2001), resultam em impactos que atingem a sociedade receptora, descaracterizando-a de seu espaço para ceder lugar para uma “sociedade artificial”, ou seja, a classe dominante que é a responsável pelo processo de “turistificação” do lugar.

Assim, levando em conta essa perspectiva coube aqui diferir a seguinte problemática: se as políticas de turismo local têm realizado ações como meio de controle e gerenciamento ao acesso ao lazer, então a quem essas políticas estão direcionadas? Será que a população receptora está diretamente envolvida com a prática do turismo?

Não coube aqui discutir o que é turismo, mas pensá-lo na análise geográfica como base na apropriação dos territórios, nas contradições e conflitos da sociedade perante esse fenômeno do turismo que se tornou mundial.

¹ Monografia desenvolvida no período de 2005 a 2007 no curso de pós-graduação Lato Sensu em Turismo e Desenvolvimento Local e Regional – Departamento de Geografia, campus Cáceres/MT (UNEMAT)

² Licenciado em Geografia - Universidade Estadual de Mato Grosso (UNEMAT), Cáceres – MT, e-mail: pdionea@yahoo.com.br

³ Professor do Departamento de geografia campus Cáceres - Universidade Estadual de Mato Grosso (UNEMAT)

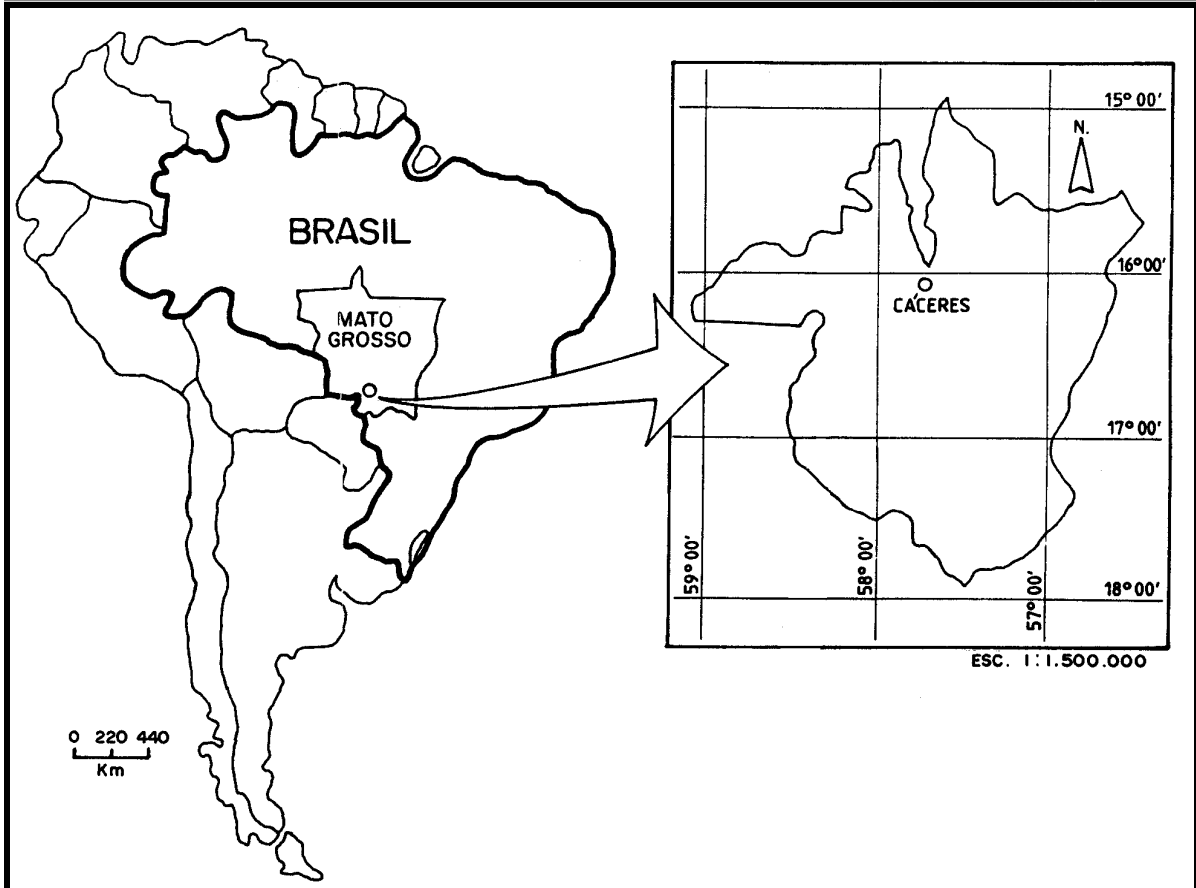


Figura 01 – Localização da cidade de Cáceres, no Alto Pantanal do Estado de Mato Grosso.

Fonte: Antonio Rosestolato Filho

Hoje, a Geografia é tomada por novas bases epistemológicas, geralmente, pensada como ciência da sociedade e do espaço mediado pela técnica e as novas relações e contradições sociais. Para Corrêa (2000), o espaço é o conceito chave na Geografia e esse é analisado enquanto produto contraditório das relações materiais da sociedade, sucedendo-se pelos vários instantes da história através do movimento totalizante.

Para realização deste trabalho atentou-se aos seguintes objetivos guilhões durante as fases da pesquisa: estudar as políticas de turismo em Cáceres e suas conseqüências à população local; avaliar os fatores internos e externos às políticas para o setor de turismo; associar as relações societárias vigentes entre agentes sociais envolvidos na problemática do turismo, como o poder público, o setor privado e população local; e caracterizar as orientações das políticas do turismo na reordenação da transformação do meio ambiente.

O primeiro objetivo mencionado constituiu-se na principal meta de desenvolvimento desta pesquisa. Assim constatou-se que há uma tendência muito nítida de desvinculação da população local com as políticas turísticas realizadas na cidade de Cáceres, pela SEMATUR. Esta análise está desenvolvida no capítulo sete deste trabalho.

O segundo objetivo foi tratado, sobretudo, nos capítulos três e quatro que mostram a importância do imaginário social da população local sob a demanda do turismo e sua capacidade de impulsionar a transformação dos territórios.

O terceiro objetivo está destacado no capítulo cinco e seis, onde se caracteriza a forma pela qual o turismo enquanto uma prática social ganha força devido ao impulso de imagens e representações geradas pela população local, até ele representar somente o interesse da classe dominante (sociedade artificial).

Enfim, a presente pesquisa traça suas considerações finais fazendo um paralelo entre os objetivos propostos, mostrando as conseqüências da política de turismo para população local.

2. METODOLOGIA DA PESQUISA

Para elaboração desta pesquisa utilizou-se as seguintes metodologias: para coleta de dados teve como referência análise de documentos oficiais do turismo e a realização de entrevistas com perguntas fechadas e abertas junto à população de pescadores profissionais, comerciantes e vendedores ambulantes que atendem em barracas durante o período do FIP, aos visitantes (turistas) que frequentam o evento e a equipe executiva da Secretária de Meio e Ambiente e Turismo de Cáceres (SEMATUR).

Para Marconi e Lakatos (1990, p.84), a entrevista é uma importante ferramenta de pesquisa nos vários campos das ciências sociais e seu principal objetivo é “a obtenção de informações do entrevistado, sobre determinado assunto ou problema”. E a pesquisa feita a partir de entrevistas foi criteriosamente estruturada onde se obteve que subsidiaram à análise das representações da população local que participa direta e indiretamente do evento turístico. Representações essas que envolvem o grau de envolvimento que os grupos sociais apresentam em relação à atividade turística no lugar, as contradições entre o que pensam (imaginário social) e o que existe na realidade concreta: as políticas para o turismo. Como no dizer de Marx e Engels (1984, p.22), que a contradição entre consciência e ideologia está que:

A consciência nunca pode ser outra coisa senão o ser consciente, e o ser dos homens é o seu processo real de vida. Se em toda ideologia os homens e as suas relações aparecem de cabeça para baixo como numa Câmara obscura, é porque este fenômeno deriva do seu processo histórico de vida, da mesma maneira que a inversão dos objetos na retina deriva do seu processo diretamente físico de vida.

Na citação acima os filósofos querem mostrar que as idéias dos homens são condicionadas pelos processos materiais da vida, porém tais representações sempre se contradizem em relação a suas condições reais de vida porque a ideologia é uma representação falsa e invertida da realidade concreta. E por isso, a presente pesquisa defende a tese que a visão da população apresenta concepções contraditórias e enganosas sobre atividade turística que promove ações que são desarticuladas dos anseios da sociedade local cacerense.

O período de levantamento e interpolação de dados foi realizado durante o segundo semestre de 2006, seguindo-se em duas etapas: a primeira com coleta de informações na Secretaria de Meio e Ambiente e Turismo (SEMATUR); a segunda foi realizada no período de ocorrência do Festival Internacional de Pesca (FIP), mês de Setembro de 2006. Portanto, a partir de entrevistas com perguntas padronizadas e abertas com vários participantes do FIP foram colhidas informações sobre a concepção e visão que a pessoas apresentam em relação atividade turística do FIP.

Ao todo foram selecionadas 26 pessoas para as entrevistas. A seleção destas pessoas está ligada ao fato delas estarem envolvidas direta ou indiretamente ao desenvolvimento da atividade turística, em especial, a realização do FIP. No primeiro momento a entrevista foi realizada junto ao chefe e turismólogo da Secretária Municipal de Meio Ambiente e Turismo de Cáceres – MT (SEMATUR), responsável pela execução de vários planos de ações voltados para turismo na região de Cáceres e também pela promoção do FIP. Entre a comunidade de pescadores profissionais foram entrevistadas 10 pessoas com idade entre 24 a 46 anos, fornecem pescado para os restaurantes da cidade. As outras 15 entrevistas foram feitas com os comerciantes, os vendedores em barracas durante o vento e os visitantes (turistas).

A análise e interpretação dos dados foi feita a luz do modelo teórico de Cara (2001), que analisa o processo de produção de imagens do turismo pela população local que é excluída do processo de turistificação pela classe dominante. O autor apresenta as contradições entre os interesses da classe dominante que se contrapõem e ao mesmo tempo se distancia dos anseios da população receptora que perde sua identidade cultural. Esse modelo teórico será mais bem analisado no capítulo cinco (5).

3. ANÁLISE DO TURISMO ENQUANTO APROPRIAÇÃO DO TERRITÓRIO

A questão do turismo geralmente está associada aos estudos ambientais, mostrando que as formulações dos projetos de impactos ambientais, desassociados ou não, deixam de mostrar as contradições sociais inerentes à utilização dos recursos naturais. E quando isso não acontece, o tratamento da questão deixa de ser tratada numa perspectiva transdisciplinar. Esta abordagem reducionista coloca a sociedade e a natureza ainda como categorias separadas, herança da tradição dual da ciência Geográfica (MOREIRA, 2000).

Segundo Moreira (2000), a dualidade entre homem e natureza na geografia se deve porque esse discurso geográfico surge desde o Renascimento, que atribuía a ver o homem *co-regittis* ser pensante separado do espaço *co-extensi* à natureza, e à extensão do corpo. Através disso, completa o autor, que os geógrafos respondem as duas tradições discursivas; uma é a técnica como mediação homem e natureza; a outra é o espaço e técnica

enquanto processo de historização. No entanto, mesmo assim, a visão cartesiana de espaço ainda permanece como o homem excluído-separado da natureza – ou um espaço dominado pelo homem ou para dominá-lo, portanto, sem perceber que o espaço como unidade é coabitada pela sociedade correspondendo a unidade homem/espaço.

Então, surge o desenvolvimento do turismo enquanto um discurso ideológico que considera apenas uma visão ambiental, do entorno, das pontencialidades naturais, sem levar em conta o ser social. Assim, se confirmando um pensamento que insiste em separa o *co-regittis* do *co-extensi*, (MOREIRA, 2000).

Do mesmo modo, as políticas de desenvolvimento sustentável aderidas nos projetos turísticos, em geral, são voltadas à viabilização do turismo como solução dos problemas ambientais, de tal modo que as análises ainda insistem na separação da sociedade do contorno direto da natureza. Ambos, portanto, refletem um discurso arrojado que esconde a natureza contraditória do capitalismo, sendo ele próprio o processo condicionante de destruição da natureza – valorizando os bens naturais como categoria “valor e troca”, voltado ao consumismo desenfreado que acelera a espoliação dos recursos naturais.

Segundo Martins (2001), com o impulso à urbanização, começado a partir da segunda metade século XVIII, se dá com expulsão e migração de homens e mulheres de uma vida de relações habituais com a terra e os costumes. Essa população expulsa do campo ocupa e concentra-se nas cidades pré-industriais, cujo ritmo de vida passa ser gerido por um ambiente cada vez mais transformado, desnaturalizado e comandado pela máquina-a-vapor, criando uma nova realidade social: o artesão e o camponês se tornam trabalhadores assalariados que vão morar nas cidades sem quaisquer condições sanitárias e de moradias decentes.

Para Carlos (2003; 1994), a cidade é *locus* de reprodução da vida social cujo caráter é a negação do direito do ser humano de se auto-realizar, se contemplar. Em vez disso, segundo a autora, ocorre uma segregação entre os homens através da moradia, trabalho e lazer, configurando assim a forma de organização e reprodução do espaço urbano.

Hoje mais de 80% da população brasileira está morando nas cidades (IBGE, 2000). Esses dados fortalecem a discussão sobre repensar o turismo sob ótica da apropriação dos espaços e territórios do que um conceito de identidade ou valorização da cultura local – bastante ressaltado pelos meios de comunicações e agentes sociais dominantes que exercem acerca do imaginário da sociedade. A atividade turística e o espaço turístico, adverte Rodrigues (2001), resulta em muitos casos da captação do imaginário coletivo na tentativa de obter resposta, ou seja, “o espaço criado e reforçado pela mídia é o que gera e alimenta o processo fantasioso” do Turismo.

Assim, significaria que a atividade turística, enfocada geralmente a partir das questões ambientais, surge estimulada a um processo global que se articula ao local para solucionar “o problema”, cria políticas não condizentes com a realidade social e ambiental dos lugares. Entretanto, quando o global e o local interagem-se para responder unicamente ao global, aí qualquer ação política fracassa porque a sociedade e o indivíduo são essencialmente espaciais e territoriais, onde segundo as palavras de Costa (2004; p.20), “não existe sociedade sem espaço”, e ele é uma condição inescapável da existência humana.

Por outro, a parafernália de infra-estrutura concentrada em pontos seletos do espaço tem a função de movimentar enormes fluxos de pessoas, bens e serviços, que pela própria natureza e fim tende a criar problemas ambientais e sociais nos locais onde tais estruturas são instaladas. Por exemplo, nas regiões brasileiras onde o nível de urbanização já é bastante avançado – como Sudeste e Sul do Brasil (IBGE, 2000) –, onde o turismo passa a ser visado tanto como lazer, meio pelo qual os indivíduos buscam fugir da vida entediante da cidade, quanto do ponto de vista econômico, devido a grande demanda e procura das escassas áreas pouco transformadas pela ação do homem (onde as agências de turismo globalizada tem um papel importante na emissão e captação de turista).

Segundo Moura (2002), esses lugares tornam-se muito atraentes ao desenvolvimento do turismo rural às áreas adjacentes das cidades, porque oferecem uma diversidade de fatores atrativos como a curta distância para deslocamento do turista e uma apreciável infra-estrutura, que lhe proporcione uma paisagem campestre correlacionada a uma vida moderna. Nas demais regiões como o Centro Oeste (Pantanal) e Norte do país, onde o nível de urbanização é bem desproporcional, ainda se mantêm preservada grande parte dos elementos naturais, cuja tendência é freqüentemente voltada para um turismo de cunho ecológico, portanto, essas práticas oferecem pouco atrativo devido as dificuldade de acesso e a parca infra-estrutura.

É nesta ótica que o fenômeno do turismo em Cáceres, em especial a atividade turística em volta do Festival Internacional de Pesca está diretamente ligado a um discurso arranjado da mídia, agências e instituições correlacionadas à atividade turística, articulando-se entre o imaginário social, isto é, constitui-se a maneira que a

população local é incitada a responder às propostas de atividade turística, tendo em vista que a paisagem cênica do lugar está muito ligada ao mundo simbólico da população através de imagens e representações do local, buscando-se a arraigar na população local um sentido de pertencimento e controle do espaço.

É por isso que o Festival Internacional de Pesca faz parte da principal pauta de atividade no setor de turismo realizado pelo poder público local. A população uma vez desejosa e presa ao sentimento de pertencimento do lugar é posta a responder positivamente pela realização do FIP, dando-se a idéia de certo controle do fazer turístico no lugar. Essa realidade é muito comum nas vésperas e durante a realização do evento, através dos meios publicitários como anúncios na televisão “cuide de sua cidade” e “mantenha ela limpa” etc. Portanto, em princípio, esse é o pressuposto de legitimação e aceitação da atividade turística e assim o turismo como identidade e valorização do lugar, se torna mero objeto de manobras políticas e de interesses privados onerosos para os cofres públicos.

De um lado, essas mesmas políticas de turismo associadas aos meios de comunicação e agentes sociais envolvidos diretos e indiretamente, como o poder público e o setor privado – co-adjuvantes no mesmo processo –, excitam e impulsionam a população, recriando imagens e representações do turismo. Por outro lado, para justificar a exploração capitalista do espaço utiliza-se o *slogan* do turismo enquanto uma prática social legalmente aceita e assim atribuir à sociedade local certo controle do fazer turismo no lugar. Ou seja, denomina-se o fazer turismo, quando a população local é chamada a participar do evento indiretamente através da mídia como meio a conferir legitimidade para o mesmo e também de gerar um sentimento de controle e participação sobre a atividade turística no lugar (é aí que ocorre a geração de imagens e representações do turismo). Embora, na verdade os idealizadores do turismo – setor público e privado - buscam racionalizar o uso do espaço, visando a valorização capitalista do espaço. Assim, se apropria de territórios seletos no espaço, criando áreas mais valorizadas do ponto de vista do capital e ao mesmo tempo perenizando o uso social dessas mesmas áreas.

Assim, as imagens de ambos os lados (população receptora e os agentes promotores do turismo) entram em conflito: primeiro a população local acredita que o turismo irá trazer retorno para o lugar como empregos, qualidade de vida e enfim a valorização do lugar. Porém, os órgãos públicos e privados desviam o sentido dessa inclusão para o da exclusão – correspondentemente ligado à reprodução capitalista. A realidade desse último grupo prevalece sobre o primeiro grupo (sociedade receptora), gerando no lugar a “sociedade artificial” conceituada por Cara (2001).

Portanto, podemos concluir que o turismo para existir enquanto uma prática social os grupos dominantes recorre a necessidade de recriar imagens dos lugares e de suas paisagens que, de má-fé, muitas vezes, através de um discurso racional, que auto-denomina-se “turismo sustentável”, justificar-se enquanto prática racionalizante e perfeita de exploração capitalista do espaço.

4. PRODUÇÃO SELETIVA DO TERRITÓRIO E AS POLÍTICAS DO TURISMO

Santos (2002; 2004), reexamina a Geografia enquanto ciência da sociedade, das formações sócio-econômica espaciais destacando para isso duas categorias analíticas: a formação territorial e as relações sociais. A primeira categoria tange às transformações dos sistemas naturais de determinado território, região ou país pela suposição dos modos de produção – pelo emprego das técnicas. A segunda categoria é necessariamente o modo como o espaço é organizado pelas relações sociais que podem ser tanto de origem interna (relações horizontais) quanto de origem externa (relações verticais).

Santos (2002), ressalta, sobretudo, a análise da categoria territorial para compreender o espaço geográfico, enquanto testemunho de um momento, de um modo de produção pelas coisas fixadas na paisagem criada de forma durável, que não se desfaz paralelamente à mudança de processos; ao contrário, alguns processos se adaptam às formas preexistentes enquanto que outros criam novas formas para se inserir dentro dela:

O espaço deve ser considerado como um conjunto de relações realizadas através das funções e de formas que se apresentam como testemunho de uma história escrita por processos do passado e do presente. Isto é, o espaço se define como um conjunto de formas representativas de relações sociais do passado e do presente e por uma estrutura representada por relações sociais que estão acontecendo diante dos nossos olhos e que se manifestam através de processos e funções (SANTOS, 2002, p.122).

Pode-se observar na citação acima, que o espaço geográfico somente surge após o território ser trabalhado, modificado ou transformado pelo homem, ou quando este imprime na paisagem as marcas de sua atuação e organização social. Possui, além de uma dinâmica natural, uma dinâmica social exercida pelas formações sociais que nele atuam.

A análise do método de formação sócio-espacial, inspirado à luz das teorias marxista, sobre as forças de produção e relações de produção sucinta-se a guisa a explicação do porquê existem diferentes formações econômicas e sociais em um determinado momento da história e não em outro, ou como existem em um determinado território níveis tão desiguais de desenvolvimento econômico que condicionam a manutenção das desigualdades nas relações de produção. Por exemplo, está implícito e explícito que as políticas de desenvolvimentos regionais, com finalidades de controlar as disparidades regionais, no que tange às questões econômicas, sociais e outras, mostram muito bem a atribuição direta que os meios de produção exercem sobre as relações sociais. Como no dizer de Marx (1999), a estrutura econômica da sociedade indica e expressa quais são as relações de produção dominantes. Nesta ocasião, as relações de produção, em geral, basear-se-ão na propriedade privada dos meios de produção – como meio de controle da vida social.

Dialeticamente é possível explicar que as atuais relações sociais vigentes dependem das transformações dos meios de produção da atual economia capitalista (SANTOS, 2004), pois os sistemas de objetos pré-determinam os sistemas de ações. O espaço social enquanto “formado por um conjunto indissociável, solidário e contraditório, entre sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá” (SANTOS, 2004, p.111). Da mesma forma essa idéia indica e mostra que a concentração de atividades vitais à vida urbana como indústrias e um amplo setor de serviços em algumas regiões em detrimento a outras, vem a ser as conseqüências do desenvolvimento desigual dentro das atribuições do território brasileiro. Assim, entretanto, esse acúmulo de infra-estrutura que algumas regiões gozam vão reconfigurar o território em favor de uma lógica de desenvolvimento desigual, determinando uma relação de submissão às demais regiões, cuja carência de técnicas e “objetos” é criado plano de ações para amortizar essas áreas menos concentradas.

Explorando essa ótica da produção desigual do território que se pode perceber as políticas de desenvolvimento turístico como planos de ações que visam levar a cabo no lugar que possuem potencial para o turismo, mas que, na visão de Cruz (2001), a falta de entrosamento das políticas nacionais de turismo com as políticas públicas para o setor em escala regional ou estadual etc., condiciona a ocorrer problemas associados à urbanização turística de territórios no país, produzindo um confinamento territorial do turismo.

São as políticas de desenvolvimento regional vigente no Brasil, como a do Banco Nacional de Desenvolvimento Social – BNDES, e mais recentemente os planos de desenvolvimento sustentável voltado à promoção do turismo, que revelam as relações de produção desigual devido a concentração industrial nas regiões Sudeste e Sul, as mais industrializadas do país. Portanto, para Cruz (2001), o turismo, por ser a atividade econômica moderna que mais consome espaço (desde o atrativo turístico até ao deslocamento do turista), estando ligado a uma lógica sempre exterior a ele, cuja conexão se dá entre local e global e vice-versa.

Cruz (2001), fala ainda que o turismo, enquanto atividade que surge em meados do século XIX, foi deixando de ser um mero usuário passivo de territórios para torna-se um grande condicionador de seu (re)ordenamento. Assim diz ela “a importância do turismo reside mais na sua incontestável capacidade de organizar sociedades inteiras e de condicionar o (re)ordenamento de territórios para sua realização.”. Portanto, dessa forma pode-se concluir que não corresponde vincular o estudo do turismo no que ele constitui, mas sim nas mudanças e alterações que ele é capaz de condicionar nos lugares onde se busca efetivá-lo.

Portanto, de acordo com a breve análise dos conceitos analisados sobre a “formação territorial” e os “sistemas de objetos e sistemas de ações” pode-se concluir que eles oferecem uma contribuição de importância para análise do espaço geográfico, caracterizando-o melhor. E no estudo da produção do espaço pelo turismo não é diferente, pois a importância que os atrativos e potencial turísticos dos lugares têm sob a demanda do turismo e capacidade deste último de impulsionar a transformação dos territórios revela a eficácia da aplicação dos conceitos trabalhados na Geografia.

5. IMAGINÁRIO SOCIAL DO TURISMO E A DESCARACTERIZAÇÃO DA POPULAÇÃO LOCAL

Inicialmente cabe aqui falar do turismo enquanto discurso e jogo de imagens e representações construídas pelos agentes sociais e a mídia que buscam “competentemente” mostrar como a única alternativa viável de revitalização econômica dos lugares. De um lado, o papel estimulador que os agentes públicos e privados têm na repercussão da prática turística, tendo por objetivo a apropriação e valorização capitalista do espaço. Por outro lado, destaca-se o mundo simbólico da sociedade local que é o principal alvo estimulado através da mídia a responder as imagens, códigos e símbolos produzidos sobre o lugar, que em geral, se apresentam em caráter contraditório e negador ao campo de imagem da população receptora.

Dessa forma, pode se perceber que durante a efetivação do turismo os campos de imagens gerados entre

os agentes sociais envolvidos seja a população, o turista ou o setor público e privado se confundem e até se chocam, mas categoricamente são extremamente opostos e diferenciados.

No entanto, o turismo, dessa forma, está muito ligado às imagens geradas pelos agentes públicos e privados, e não representa a verdadeira realidade dos lugares e o desejo das populações que ocupam tais espaços, mostrando na prática um discurso que transforma e transfere os anseios da população local (a realidade de seu espaço concreto) por imagens que representam vontades e desejos distantes, de outros lugares. Portanto, como dizia Costa (2004), atualmente parece que as ações e comportamentos são regidos mais pelas imagens e representações do que a realidade material que nos envolve.

Nesse mesmo propósito Rodrigues (2001), discute que o turismo reflete muitas vezes na captação do imaginário coletivo na tentativa de resposta. E para isso utiliza-se o meio publicitário como estímulo do imaginário do turista, o qual através de “novos sistemas de símbolos baseados em imagens que substituem a realidade e conduzem a julgamentos segundo códigos impostos pela mídia”. Além disso, a mesma autora mostra e complementa como o turismo incorpora as imagens para representar uma realidade não concreta do lugar, isto é, do não lugar:

Edificado em segredo, esses espaços se fundamentam em semióticas obscuras, sobre códigos tácitos, envoltos sutilmente no imaginário coletivo. O espaço se reveste, então de visões simbólicas, formados não por um projeto de reconstrução objetiva do mundo, mas por sonhos ou por arquétipos culturais subliminares, que acabam globalizando-se. (RODRIGUES, 2001, p.26).

Na mesma vertente de pensamento, Cara (2001), caracteriza que antes do processo de “turistificação” do lugar a sociedade local produz imagens que orientam o desenvolvimento do turismo, que logo passa a se interagir aos outros estímulos – incitados pela atividade turística –, tornando-se um processo artificial. Isto é, a produção de imagens coletivas e representacionais geradas pela sociedade local se perdem a medida que os estímulos da atividade turística passa a controlar e ter hegemonia a seu próprio mundo de imagens e representações. De modo que o resultado é certo domínio de imagens das raízes e pertencimento, até a constituição de mundo novo não dominado e nem internalizado pela população.¹ Passando então a predominar os valores e interesses da sociedade artificial (a classe dominante).

Ainda Cara (2001) especifica ainda os processos produtores de novas imagens e representações coletivas sobre as especificidades culturais até a constituição de uma sociedade artificial, que é explicado através de cinco momentos:

1ª momento: a sociedade local possui papel central na geração de imagens e é logo também incentivada pelas propostas de atividades turísticas a generalizar uma porção de valores e sentidos;

2ª momento: começa o processo de artificialização com estímulo das atividades turísticas que intensificam concorrendo paralelamente com imagens geradas pela sociedade local;

3ª momento: ocorre à separação quase total e exclusão da sociedade a partir da construção de uma materialidade local estranha, impactando profundamente o mundo simbólico e imaginário;

4ª momento: a classe dominante sobrepõe seus interesses e acontece a desvalorização das particularidades locais e da sociedade, onde o campo de idéias de ambos se confundem e contradizem;

5ª momento: o extremo do desenvolvimento da atividade turística gera uma sociedade artificial (composta pela classe dominante) sem contato com a população local e o âmbito social anterior.

Enfim, os cinco momentos propostos por Cara (2001), conduzem a discutir o desenvolvimento do turismo através do que ele produz sobre os espaços e lugares – processo de “turistificação”, mostrando que ele não passa de um discurso sobre imagens e representações geradas e impostas pela classe dominante que em certo momento do processo de desenvolvimento do turismo se contradiz e desvincula-se praticamente do anseio da sociedade-receptora local, até romper completamente com essa última. Assim, qualquer que seja o projeto de desenvolvimento de turismo local, o desejo da população receptora se esfacelará dando lugar a projetos particularista.

Diante do exposto, cabe a afirmar que o processo de turistificação mostrado por Cara, (2001), exclui totalmente o campo de imagem da população local sendo substituído pelas imagens e representações da sociedade artificial, incutindo novos sentimentos e valores ao lugar, que por sua vez, refletirá nas imagens criadas pelos turistas.

Assim, por exemplo, uma pessoa (turista) influenciada a visitar Cáceres fará no intuito de conhecer o rio

¹ Segundo o autor o turismo é um grande consumidor de espaço e ao mesmo tempo de território, e também criador de imagens e representações tanto pelo turista como pela sociedade receptora como possibilidade de efetivação.

Paraguai e talvez se puder dar uma pescada, dormir em um bom hotel etc., embora que o lugar ofereça muitas atrações como a cultura regional e outros. Ou seja, a idéia síntese é que o turista visita o lugar a partir do *slogan* de propagandas publicitárias divulgadas pelas agências de turismo capitalista, que impõe seu campo de imagem destituída de qualquer significação para população local.

Portanto, através do processo de turistificação e constituição da sociedade artificial analisado por Cara (2001), onde se pode constatar o processo de apropriação do espaço pelo turismo se dá através de imagens e representações geradas pela sociedade local até quando suas propostas forem completamente desvinculadas do projeto turístico, este cujo fim está ligado ao interesse da classe dominante fica distante da esfera de interesse da sociedade local. Esse processo descrito descaracteriza completamente a sociedade receptora do seu espaço, produzindo um espaço diferenciado, às vezes sem qualquer sentido e significado à população local.

6. A CONCEPÇÃO DO TURISMO PELA POPULAÇÃO LOCAL

A partir dos dados coletados através das entrevistas realizadas juntos a associação pescadores profissionais de Cáceres-MT, pode-se constatar que essa categoria não tem bem claro o que significa o Turismo para região, ou pelo menos, suas consequências como atividades geradora de renda, emprego e desenvolvimento local e regional como apregoa o documento do Plano Nacional de Turismo (EMBRATUR, 2006).

Perguntados sobre o que entendiam por turismo a maioria dos pescadores (Gráfico 01), 68% não sabiam conceituar bem o significado da atividade. Muitos dos entrevistados viam um turismo como uma ameaça a atividade pesqueira, pois atribuíam a culpa no turista pela redução do pescado na região. A fala de pescador mostra isso:

“muitos turistas vem cá, alugam barcos para pescar no rio Paraguai, e tudo mundo sabe que eles vêm para cá não apenas para passear, ver nossas belezas, vem mesmo para praticar a pesca predatória e levar o produto embora”.

Outra visão transmitida pelos pescadores remete ao problema das embarcações dos turistas que a cada ano vem aumentando em números, e tem sido prejudicial à pesca, pois os barcos fazem muito baralho e reduz o pescado. Esse fator precisa ser investigado mais detalhadamente para saber se realmente a diminuição dos peixes vem sendo causada pelo aumento de embarcações ou existe outra causa. Aliás, apesar dessas concepções pode-se constatar na maioria da fala dos pescadores, que a atividade turística no lugar não os beneficia diretamente e tampouco são consultados pelas autoridades locais sobre as ações e efeitos do turismo na região.

Ainda no mesmo gráfico os outros pescadores (32%), souberam definir a atividades como sendo propiciadora de renda para a categoria, como a destinação do pescado para bares e restaurantes. Entretanto, os pescadores lamentam que restaurantes estão deixando de comprar seus peixes para comprar de proprietários de tanques, condicionando que o preço do pescado perca preço. Uma questão exigiria um mínimo de intervenção por parte do órgão responsável pela atividade turística no local criando uma articulação, no mínimo equilibrada, entre o interesse dos pescadores e o interesse do setor de restaurantes. Portanto, isso só comprova o conceito de “sociedade artificial”, que discute (Cara, 2001), pois a descaracterização da população local em relação ao turismo desenvolvido na área surge quando um grupo dominante passar impor seu campo de visão e seus interesses já não mais correspondem aos desejos da população receptora.

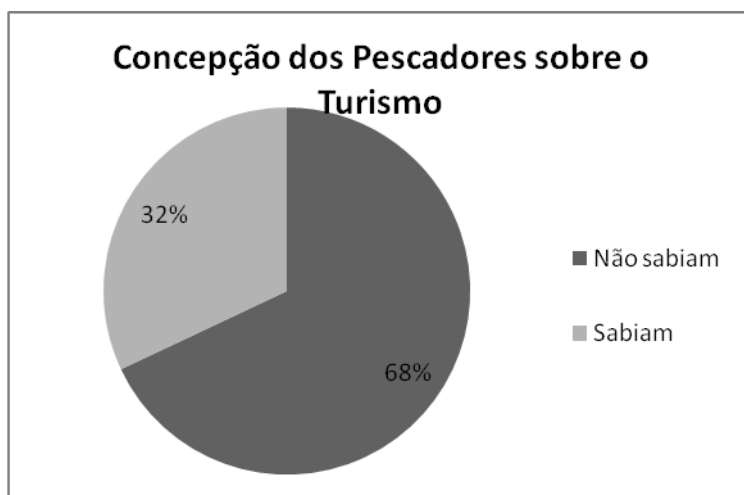
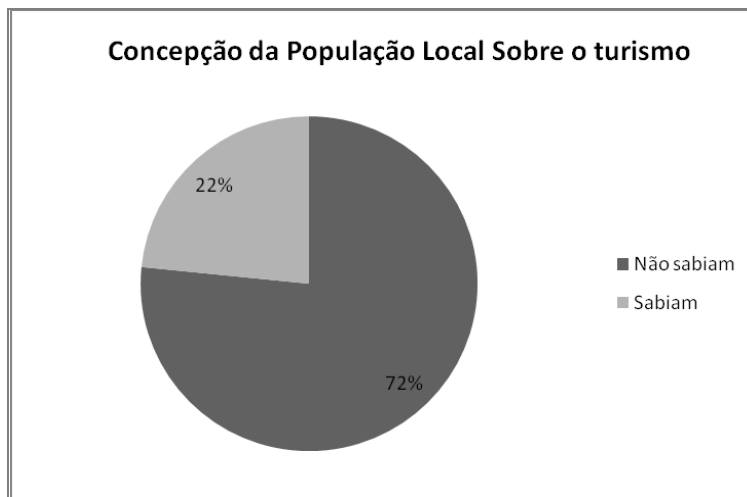


Gráfico 01 – Concepção dos Pescadores sobre o Turismo**Fonte :** elaborado pelos autores

Quando analisa a concepção da população local (visitantes) que frequenta o FIP, (Gráfico 02), nota-se uma visão muito semelhante em relação aos pescadores. Das pessoas entrevistadas, 72% não sabiam conceituar o turismo, mas o viam como uma atividade normal que sempre existiu. Enquanto os outros 28% já souberam responder que o turismo era atividade mais importante do ano para a cidade, pois era geradora de renda e empregos e ainda trazia turistas de várias regiões do estado. Outro dado curioso, que esse mesmo grupo percebia o evento no lugar como uma oportunidade de realização de *shows* musicais e uma oportunidade da população conhecer cantores de renome nacional. Um fato a observar que um evento do FIP é um tipo turismo de Massa, que se realiza no período de Setembro e promove várias atividades como o torneio de pesca, praça de eventos e *shows* visando atrair um maior número de pessoas para cidade. Dessa forma, o comércio se prepara para oferecer os variados tipos de serviços durante a realização do evento. Depois disto o comércio volta a sua normalidade.

**Figura 1 – Concepção da População Local sobre o Turismo****Fonte:** elaborado pelos autores

Embora, a população local (visitantes) entrevistada admita que o turismo é apenas o evento do FIP, como se o turismo ocorresse só durante àquele evento e que durante o ano ele inexistisse. Isso é uma contradição. A imagem gerada pelas pessoas diante do evento é enganosa, pois ele funciona como um turismo de massa num curto período do ano e corresponde apenas a uma etapa da produção do turismo em Cáceres. Como a cidade é um local situado ao longo da margem esquerda do rio Paraguai e faz parte da região do Pantanal Matogrossense, ela recebe turistas durante ano todo. Apesar de não haver números concretos da quantidade de turista que visitam a área, mas o próprio SEMATUR confirma que há demanda por turistas busca o turismo ecológico. Essa concepção ilusória do FIP como única atividade turística local reflete o processo fantasioso que é alimentado pela mídia e pelos grupos dominantes sobre ênfase dada ao evento do FIP. Essa exaltação ideológica do evento promovida pela classe dominante acaba gerando uma imagem não real da vida concreta dos indivíduos e esses são por sua vez separados e excluídos a partir de uma materialidade construída completamente estranha a cultura local.

Parafrazeando Marx e Engels (1984, p.23), que criticavam os idealistas dizendo que “Não é a consciência que determina a vida. É a vida que determina a consciência”, pode nos ajudar a explicar como consciência falsa da realidade gera uma consciência da não-realidade e cria uma ideologia ilusória do entorno vivido, porque não parte da realidade concreta para formar a consciência, mas parte da consciência pura para formar uma concepção falsa da realidade. E nessa premissa que poderemos compreender porque a população visitante apresenta uma concepção ainda alienada em relação à produção turística em Cáceres e como são o próprio reflexo das políticas de turismo para lugar que corresponde maior interesse da classe dominante.

Concepção do Turismo para os Comerciantes

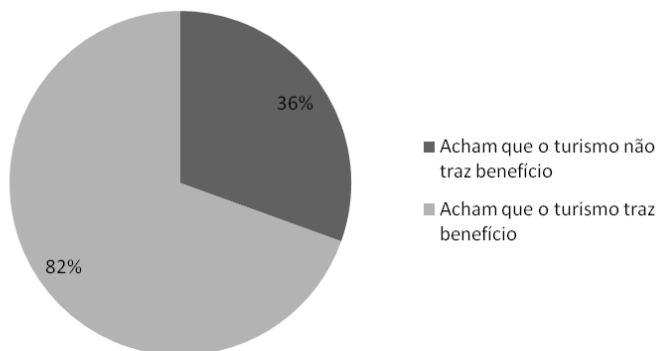


Gráfico 2 – Concepção do Turismo para os Comerciantes

Fonte: elaborado pelos autores

Outro dado analisado foi sobre a concepção do turismo para os comerciantes (Gráfico 03). Dos entrevistados, 82% responderam que a atividades era benéfica para o lugar, percebia-a como uma forma de resolver o problema do desemprego, movimentar a economia no comércio e divulgar as belezas do local. Já uma minoria dos entrevistados (18%) não vê no turismo um aspecto tão positivo para a cidade, principalmente, porque durante o FIP os turistas que participavam do evento sempre trazem as bebidas e preparativas dos locais de origem. Este dado é importante porque esse grupo se inclui no setor de barracas que vendem salgados e bebidas aos participantes do evento, porém esse grupo só consegue a concessão para fazer seus negócios se pagarem uma taxa para organização do evento, que geralmente varia de 300 reais a 500 reais. Para muitos o valor que se paga pela concessão nem sempre se tem o retorno nas vendas. Isso acontece porque segundo a fala dos entrevistados os turistas sempre trazem toda bebida e comida de suas cidades de origem.

Por outro lado, o fato da maioria dos entrevistados do comércio concordarem com os benefícios do turismo do FIP é porque geralmente são empresários ligados ao setor de hotéis e restaurantes. Por isso, para eles o FIP é o momento do ano de maior faturamento, apesar de que antes e depois do evento o movimento sempre é mais fraco, afirmam. Isso dado confirma o que Cara (2001) diz sobre a sociedade artificial (classe dominante) cujo interesse sobrepõe aos desejos da população local sendo esta excluída do processo de turistificação.

7. DESARTICULAÇÕES ENTRE POLÍTICA DE TURISMO E POPULAÇÃO LOCAL

Aqui neste trabalho não será detalhado cada plano e projeto realizado pela Secretária de Meio Ambiente e Turismo de Cáceres (SEMATUR), mas apenas as proposições gerais de cada um com atividade turística local, devido à insuficiência de dados disponíveis nesta instituição reguladora e promotora do turismo.

Um núcleo receptor de turistas como Cáceres e reconhecido como a cidade do maior Festival Internacional de Pesca de água doce do mundo (FIP), também está incentivando diversos planos de ações pela SEMATUR, que visam reforçar a modalidade de atividade turística na região, em especial a modalidade ecoturística, muito voltada ao potencial pesqueiro rio Paraguai.

Na atualidade os projetos e planos em execuções para o incentivo do turismo no município são:

- Projeto de qualificação na área do turismo (PROQTUR);
- Programa de regionalização do turismo;
- Consórcio das águas do Cabaçal;
- Brasil meu negócio é turismo;
- Travessia do Pantanal;

Centro de atendimento ao turista e/ou Portal Turístico de Cáceres que funcionam parcialmente, oferecendo produtos artesanais, folders de barcos, hotéis e pousadas da região.

Esses programas partem das práticas e realizações na área do turismo, contudo, eles não estão associados a um Plano de Diretrizes local à atividade turística, mas ao Plano Nacional de Turismo (2003-2007), do Ministério do Turismo, que diz que “O Plano Nacional do Turismo deve ser o elo entre os governos federal,

estadual e municipal; as entidades não governamentais; a iniciativa privada e a sociedade no seu todo.” (BRASIL, 2003). Ou seja, as políticas de turismo para Cáceres ainda não possuem um plano de diretrizes elaborado e aprovado para atingir metas e objetivos; ao contrário, ocorrem ações isoladas e dispersas que trazem pouco resultado como está frisado pelo o Plano Nacional do Turismo, que diagnostica a falta de articulações entre setores público e privado, gerando problemas como ausência de avaliação dos resultados dos planos e ações para o setor (BRASIL, 2003). Portanto, isto foi confirmado pelo turismólogo encarregado pelo setor de execução técnica da SEMATUR, que é o órgão que ainda não possui um plano de avaliação que contenha dados sobre a atividade turística para Cáceres.

Outra prática que vem sendo realizada pela SEMATUR, sustentada sobre as diretrizes do Plano Nacional de Turismo (2003-2007), é o cumprimento da política de descentralização do Ministério do Turismo, em a criação do Conselho Municipal de Turismo para desenvolver parcerias e roteiros integrados de turismo (BRASIL, 2003). Neste caso, Cáceres conta hoje com o Conselho Municipal para julgar e formular os programas turísticos, contudo sem ainda possuir um plano de diretrizes para o setor, adequado as particularidade regional.

As informações obtidas sobre a divulgação do potencial turístico do município como também dos principais eventos da SEMATUR, conta hoje com trabalhos de folderes distribuídos em hotéis da região, a mídia local, internet e uma revista própria da instituição, que é distribuída gratuitamente durante a realização do FIP. Em observação ao material e recursos utilizados para divulgação do turismo, notou-se uma ênfase enorme dada ao histórico do FIP e sua evolução ao passar dos anos até a realização do vigésimo sétimo evento pesqueiro. Os recursos são bem ilustrativos e convidativos, tendo como alvo geralmente o público que se interessa por pesca esportiva que no final poderão ser recompensados com vários prêmios. Nesse sentido, pode se afirmar que a divulgação do festival é necessariamente para o turista, focando para este a idéia que o lugar pode oferecer tudo de melhor, desde as potencialidades até atratividades turísticas.

Para realização do FIP, principal evento do município para fortalecer o turismo, a SEMATUR conta com os principais incentivos financeiros (federal, estadual e privados) como investimentos do Ministério do Turismo, Secretaria de Turismo e Cultura do Estado; Banco do Brasil e Caixa Econômica. Além de incentivos a outros eventos de menor porte. A maior parte da fonte de financiamento é oriunda do setor público através de liberação de emendas parlamentares. Isso mostra que o evento é exclusivamente patrocinado pelo poder público, cuja competência é criar infra-estrutura e ampliar a atividade turística. Embora, o que resta saber o quanto o evento traz de retorno receituário, apesar de que ele vem dependendo de enorme investimento de dinheiro dos cofres público.

Apesar de todo esse investimento no setor do turismo em Cáceres, coube discorrer sobre quais ações que a Secretaria realiza para incluir a população local nas atividades turísticas. Neste sentido, nota-se que as ações se voltam ao projeto de qualificação na área do turismo (PROQTUR), programa feito em parceria com o poder Estadual e Municipal para gerar empregos qualificados na área do turismo, visando atender a demanda do carnaval e FIP. O programa ofereceu diversos cursos de qualificação profissional de atendente, cozinheiro, garçom e entre outros. Entretanto, caberia uma avaliação se os participantes do programa foram realmente incluídos na rede de serviços, que pressupõe um aumento na demanda de serviços turísticos.

É interessante também notar que a ação é bem válida porque está implícito e explícito no Plano Nacional de Turismo, que o turismo é atividade da economia que vem crescendo em maior percentual no mundo, e conseqüentemente os empregos também cresce (BRASIL, 2003). A respeito do efeito de inclusão do PROQTUR, tem que se refletir bem o tamanho do seu alcance, até porque devido às características históricas e geográficas de Mato Grosso esse esperado crescimento do turismo no estado está muito distante das projeções oficiais. Isso pode ser percebido através de aspectos como a grande distância dos centros consumidores e a ausência do fator praia e sol – só disponível quase que exclusivamente nos litorais – vem restringir seriamente o deslocamento de turista para áreas distantes e que não disponha do fator praia e sol.

O exemplo acima parece não corresponder à realidade tocante ao número de pessoas que freqüentam o FIP. Só nos três últimos eventos, participaram 200 mil pessoas segundo o assessor da SEMATUR, ou seja, 65 mil pessoas por cada evento. O que demonstra que o FIP é uma atividade turística de massa. Mas não corresponde dizer que os participantes são oriundos de cidades distantes, a maioria remete a própria população local e de cidades vizinhas da região, e número muito reduzido de estados como Minas Gerais e São Paulo. Com base nisso, pode-se fazer a seguinte afirmação: se a maioria dos participantes são da própria localidade e de cidades vizinhas já constatado pelas entrevistas, então o retorno financeiro do evento pode ser menor do que o esperado. Também constatou-se isso a partir do pessoal das barracas que reclamam do pouco retorno dos

empreendimentos feitos durante o evento.

Das pessoas participantes da pesca embarcada nos últimos três FIP, foram 1.260 pessoas aproximadamente. Deste total ainda não se sabe a respeito do número de pessoas participante oriundos de Cáceres, nem o seu perfil econômico e social. Porém tem-se conhecimento que o torneio pesqueiro é realizado através de várias modalidades como os barcos motorizados, a pesca juvenil e os barcos não motorizados, tendo por certo que esse último é formado basicamente pela comunidade de pescadores local.

A pouca disponibilidade de dados e informações sobre o turismo em Cáceres e a ausência de plano de desenvolvimento do turismo para o município, mostra a tendência que a atividade turística está mais voltada para projeto de cunho imediatista privado e para atrair um turismo de massa, desassociado da realidade local e completamente estranha à população receptora.

Portanto, o FIP, o principal evento promovido pela SEMATUR, ainda não pode ser concebido como atividade que traz tantos benefícios econômicos e que inclui a população local – exceto PROQTUR, pois deste programa ainda pouco se sabe de seu efeito real de inclusão. Portanto, o FIP, na realidade, pode ser concebido como uma “marca registrada”, enraizada e impregnada de um simbolismo falso, inculcado no imaginário social da população. Esta última é estimulada por proposta da mídia e da classe política dominante (sociedade artificial) à responder pelas “novidades” trazidas pelo evento mais antigo e patrocinado por políticas públicas: o Festival Internacional de Pesca.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na presente pesquisa, a abordagem da questão do turismo, em todo momento, foi avaliada enquanto produção do espaço, tratada por meio da compreensão das relações sociais contraditórias existentes na sociedade. Nesse sentido, isso foi possível graças a análise, em um primeiro momento, calcada na interação sociedade e espaço, seguido de um ótica que percebe o turismo como fenômeno essencialmente espacial e territorial.

Assim sendo, vale notar que o turismo é uma prática socialmente construída, porém, ele pode ser entendido como um fenômeno espacial caracterizado de relações sociais contraditórias e recheada de conflitos envolvendo várias instâncias da sociedade. Portanto, o turismo como atividade espacial, é agilizado contraditoriamente por vários agentes sociais como o setor público, setor privado e seu principal foco a população receptora.

Dessa maneira, nos dados analisado no capítulo 7 pode-se perceber que os planos políticos de turismo realizados na cidade de Cáceres pela SEMATUR apresentam objetivos que buscam a ampliação e fortalecimento do turismo local, tanto através da iniciativa pública quanto privada. Por exemplo, os projetos como o “PROQTUR” e “Brasil: meu negócio é turismo” são ações que visam inserir a participação da população local no turismo, entretanto, em teoria as ações foram válida, mas cabe verificar se está ocorrendo a inclusão.

Das atividades turísticas realizadas, a de cunho social mais amplo voltam-se para realização do FIP e do Carnaval, e são essas as atividades que se têm mais nítidas as contradições envolvendo a população receptora. Isto é, as contradições são perceptíveis nos dados colhidos nas entrevistas, onde nota-se que o interesse da população local fica alheio aos objetivos da atividade turística. Muitas vezes os entrevistados demonstravam não reconhecer claramente o que representa essa atividade turística de massa para cidade e tampouco se realmente ela contribui para melhorar a vida da população no período de longo prazo. Dessa forma, chega-se a uma avaliação que a política de turismo para Cáceres apresenta uma desarticulação e propósitos poucos coerentes ao interesse da população local. Ou seja, a população espera que o turismo forneça mais emprego, qualidade de vida e melhor infra-estrutura para a cidade, no entanto o que se vê é um turismo desarticulado e desassociado com os reais problemas econômicos e sociais do lugar.

Nota-se também que as atividades turísticas como o FIP e Carnaval são os eventos mais antigos estimulados e patrocinados por políticas públicas. Elas são realizadas para atrair turistas e assim gerar receitas para comércio local e, para tanto, a população local é o primeiro alvo a ser excitada pelas propagandas da mídia. A população chamada à responder a favor dos eventos como se fosse uma atividade meramente beneficiadora para o lugar, e assim o poder público local faz transparecer como se ele tivesse cumprido seu dever, trazendo entretenimento e apresentações musicais.

No entanto, caberia realizar um estudo detalhado sobre os benefícios em relação à geração de receitas para cidade. Ou seja, comparando os investimentos de recursos públicos e o que se arrecada com os eventos, pois como se constatou em dados cedidos pela SEMATUR, que o FIP e o Carnaval para serem realizados dependem de emendas para captação de recursos financeiros. Aliás, os setores que promovem os eventos turísticos não

possuem informações que possam vislumbrar um perfil da relação de benefício ou não. O que se pode afirmar é que as atividades turísticas do FIP são promovidas visando articular com o imaginário social da população para reforçar a imagem de que o turismo é somente àquele evento.

Através das contribuições teóricas de Cara (2001), pode-se refletir que o turismo em Cáceres é o resultado da artificialização entre políticas turísticas e a população local, pois essa última é estimulada a responder por algo que não sabe bem o que é, que acredita possuir certo controle e domínio por aquilo que não sabe por certo se conhece, levada a acreditar cegamente em uma propaganda, cujo interesse e desejo nega a própria realidade do lugar. Portanto, isso mascara a verdadeira face dos grupos dominantes e descaracteriza a real necessidade dos grupos menos privilegiados e carentes de recursos, demonstrando sem dúvida que há um descompasso entre o interesse da sociedade local e os objetivos das políticas turísticas em Cáceres.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRASIL. **Plano Nacional de Turismo: diretrizes, metas e programas**. Ministério do Turismo: Brasília, 2003.
- CÁCERES. **Revista FIP: 27ª Festival de Internacional de Pesca**. Cáceres – MT. N. 1, Setembro, 2006.
- CARA, R. B. **El Turismo y los Procesos de Transformacion Territorial**. In: RODRÍGUEZ, A. B. (Org.). **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 3 ed. São Paulo: hucitec, 2001.
- CARLOS, A. F. A. **A (Re)produção do Espaço Urbano**. Editora da Universidade de São Paulo, 1994.
- CARLOS, A. F. A. **A Cidade**. 7 ed. São Paulo: Contexto, 2003.
- CORRÊA, R. L. **O Espaço um Conceito Chave na Geografia**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- COSTA, R. H. da. **O Mito da Desterritorialização: do “fim do território” à múltiplas territorialidade**. 1 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.
- CRUZ, R. de C. **Política de Turismo e Território**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2001.
- EMBRATUR - Empresa Brasileira de Turismo. **Empreendimentos Ecoturísticos**. Disponível em <<http://www.federativo.bndes.gov/dicas/do82>> - Acessado em set. de 2006.
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2000 – Síntese dos Municípios**. Rio de Janeiro, 2000. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/cidades>>- Acessado em set. de 2005.
- MARCONI, M. A. & LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisa, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1990.
- MARTINS, C. B. **O Que é Sociologia**. 38 ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- MARX, K. e ENGELS, F. **A Ideologia Alemã**. São Paulo: Editora Moraes, 1984.
- MARX, K. **O Capital: crítica a economia política**. Livro I. 17 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- MOREIRA, R. Realidade e Metafísica nas Estruturas Geográficas Contemporâneas. In: CASTRO, I. E. de et al (Orgs.). **Descobrimo o Brasil: 500 anos depois**. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- MOURA, A. C. **Turismo e Meio Ambiente**. 2 ed. São Paulo: Papiros, 2002.
- RODRIGUES, A. B. **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 2001.
- SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.
- SANTOS, M. **Por Uma Geografia Nova: da crítica da geografia a uma geografia crítica**. 1 ed. São Paulo: Edusp, 2002.