

O TURISMO NO ESPAÇO — O ESPAÇO DO TURISMO

Reflexões acerca da participação do turismo na
produção do espaço urbano brasileiro

Rita de Cássia Ariza da CRUZ¹

RESUMO

Este artigo pode ser dividido em duas partes. Na primeira são abordadas questões teóricas que permeiam o estudo do turismo sob a ótica da ciência geográfica, bem como aspectos relativos à análise da participação do turismo na (re)organização de territórios. A partir dessa construção teórica são feitas – na segunda parte do texto – considerações acerca da participação do turismo na (re)organização de espaços urbanos brasileiros.

Palavras-chave: turismo, espaço, território, lugar, cidade.

ABSTRACT

This article can be divided in two parts. In the first one, theoretical matters concerning the study of tourism under a Geographic analysis are discussed so as aspects related to the participation of tourism in the organization of geographic space. In the second part, considerations about the participation of tourism in the organization of urban spaces in Brazil are done.

Key words: tourism, space, territory, place, city.

¹ Doutoranda em Geografia Humana pelo Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, Brasil.

INTRODUÇÃO

A produção do espaço geográfico é cada vez mais e mais intensamente um dado social² e assim sendo, apreender o espaço considerando as suas múltiplas dimensões somente é possível a partir da análise dos processos sociais que ditam – tiranicamente – os objetos que lhe são agregados, bem como suas respectivas funções, objetivamente estabelecidas pelos atores hegemônicos.

O desenvolvimento da técnica e da ciência impinge ao processo de produção do espaço uma qualidade muito diferente daquela predominante nos períodos precedentes (pré-técnica). Essa mudança qualitativa implica não somente na introdução de objetos novos e, portanto, na criação de novas conformações espaciais, mas, igualmente e sobretudo, em alterações nos padrões de uso e funcionalidade desses objetos e desses espaços. O trabalho vivo é influenciado pelo trabalho morto, agora impregnado de razão técnica e de razão científica.

Da evolução rápida e intensa da tecnologia e da ciência ("Fomos rodeados, nestes últimos quarenta anos, por mais objetos do que nos precedentes quarenta mil anos")³ decorreu o que Milton SANTOS chama de "informacionalização" do espaço, ou seja, no período atual, "a informação tanto está presente nas coisas como é necessária à ação realizada sobre essas coisas" (1994a, p.51). Os objetos, então infundidos de técnica e de ciência, são agora, também, carregados de informação: está configurado o espaço geográfico dos tempos de mundialização, o meio técnico-científico informacional.⁴ (SANTOS, 1994a, 1996)

² O que se chama aqui de espaço geográfico é o conjunto formado pela paisagem (objetos naturais e objetos sociais) e pela sociedade que a anima: "O espaço deve ser considerado como um conjunto indissociável de que participam, de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais e, de outro, a vida que os anima, ou seja, a sociedade em movimento" (SANTOS, 1994c, p.26). Afirma, portanto, que a produção do espaço é cada vez mais um dado social significa reconhecer que a sociedade tem ampliado, ao longo do tempo, sua capacidade de transformação do espaço, interferindo de modo cada vez mais determinante na produção das formas que o compõem e na definição de seus respectivos conteúdos.

³ SANTOS, Milton. *Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional*. São Paulo: HUCITEC, 1994a, p.20.

⁴ O meio técnico-científico-informacional é o meio geográfico do período atual, cuja substância é dada em função dos papéis hoje exercidos pela ciência, pela tecnologia e pela informação na sua constituição. Conforme Milton SANTOS (1994a), o meio técnico-científico-informacional é o meio geográfico onde o território inclui obrigatoriamente ciência, tecnologia e informação (p.44). O espaço geográfico assim concebido, aponta o autor, "está presente em toda a parte...mas suas dimensões variam de acordo com continentes, países, regiões: superfícies contínuas, zonas mais ou menos vastas, simples pontos." (p.52).

O meio técnico-científico informacional compõe, juntamente com as "formas naturais do território" (SANTOS, 1996) o conjunto de possibilidades a partir do qual pode se dar o trabalho. E, como "toda ação humana é trabalho, todo trabalho é trabalho geográfico", ou seja "não há produção que não seja produção do espaço, não há produção do espaço que se dê sem o trabalho." (SANTOS, 1994b, p.88)

Sendo a produção do espaço um dado social, compreender o espaço produzido exige apreender as contradições que permeiam as relações sociais que o produzem. Essas contradições, transferidas para o espaço, constituem um dos fatores de diferenciação entre lugares.

Como a produção do espaço é sinônimo de trabalho e o trabalho está submetido ao embate entre diferentes forças, em que se faz valer a supremacia das forças hegemônicas (da economia, da política, da cultura...), indivíduos ou grupos de indivíduos não participam da mesma forma ou com a mesma intensidade desse processo de produção. Uns participam como atores (hegemônicos), outros – a maior parte – como "coadjuvantes".

O ESPAÇO DO TURISMO / O LUGAR TURÍSTICO

Diferentes fatores concorrem, com intensidades e ritmos temporal e espacialmente diferenciados, para a produção do espaço. Mais ainda, esses fatores já não são apenas de ordem local, mas também, em grande parte, deflagrados em espaços muito distantes daqueles sobre os quais exercem alguma influência: tempos de mundialização!

Dessa forma, toda análise – que se pretenda consistente – sobre a participação do turismo na produção do espaço geográfico deve considerar o conjunto de relações em que se desenvolve a atividade, bem como suas dimensões global e local.

O que se habituou chamar "espaço turístico" corresponde àquela porção do espaço geográfico cuja produção está sendo determinada por uma participação mais significativa do turismo em relação a outras atividades. O "espaço do turismo" não se restringe, porém, aos lugares turísticos da atualidade.

Considerando que os espaços são diferentemente valorizados pelas sociedades, em função das possibilidades técnicas que determinam sua utilização, de fatores políticos, econômicos e, também, culturais, todo espaço do planeta (e talvez até de outros planetas!) pode ser considerado "espaço do turismo".

Muitas regiões que no passado não tinham qualquer significado para o turismo foram e continuam sendo incorporadas pela atividade. Este é o caso, por exemplo, da Antártica e de áreas de natureza selvagem como a Amazônia e o Pantanal mato-grossense. Marc BOYER indica a construção cultural dos lugares turísticos tomando como exemplo uma estação de *ski*. Segundo o autor "une station de ski, certes, c'est un équipement (accès, hébergements, remonteés mécaniques...) utilisant des conditions naturelles favorables (enneigement, ensoleillement...) mais cette mise en valeur n'a été possible que parce qu'il y a un engouement grandissant pour les sports d'hiver, sous la forme plus précise de ski de descente, c'est-à-dire un processus culturel..." (1972, p.12)

Assim sendo, nenhum espaço turístico tem sentido por si mesmo, ou seja, fora do contexto cultural que promove sua valorização, num dado momento histórico.

Isto significa, por exemplo, que as praias tropicais, colocadas hoje entre os mais importantes recursos turísticos, assim o são porque as sociedades construíram culturalmente sua valorização. Sem essa dimensão cultural, tais praias seriam – para o turismo – um recurso (ou um lugar) tal como qualquer outro recurso natural.

A dinâmica da produção de espaços turísticos comporta, por outro lado, juntamente com a incorporação de novos espaços, o abandono parcial ou total de outros, pois, entre os fatores que determinam sua valorização, destacam-se os modismos, produzidos pela ação determinante do *marketing*.

Os meios de hospedagem e a infra-estrutura de lazer constituem objetos técnicos característicos de lugares turísticos, cabendo ressaltar, no entanto, que os mesmos não são suficientes para definir a presença da atividade num dado território.

Milhares de localidades no mundo contam com alguma infra-estrutura de hospedagem e de lazer, o que não as define como localidades turísticas. Numa localidade turística o turismo representa papel relevante na produção do espaço.

Dessa forma, conclui-se que o principal elemento que caracteriza o "lugar turístico" é o turista. Todo lugar em que a presença do turista é significativa, haja ou não a infra-estrutura supracitada, é um lugar turístico.

O TURISMO NO ESPAÇO

O turismo, tal como outras atividades – e concorrendo com elas – introduz no espaço objetos (técnicos) definidos pela possibilidade de permitir o desenvolvimento da atividade, em concordância com os objetivos que os engendram.

Além disso, objetos técnicos pré-existent em num dado espaço podem ser igualmente absorvidos pelo (e para o) turismo, tendo seu significado alterado para atender a uma nova demanda de uso, a demanda de uso turístico.

A intensificação do uso turístico de um dado espaço leva à introdução, multiplicação e, em geral, à concentração espacial de objetos técnicos cuja função é dada pelo desenvolvimento da atividade nesse espaço. Entre esses objetos estão os meios de hospedagem, os equipamentos de restauração e de prestação de serviços e a infra-estrutura de lazer.

Como tais objetos não podem ser "lançados no espaço" aleatoriamente, são, necessariamente, acompanhados por infra-estrutura de saneamento básico, de energia, de telefonia e de acesso.⁵ Este conjunto de "objetos turísticos" e "objetos-suporte",⁶ quando somado à presença do turista, configura, materializa o lugar turístico.

Via de regra, porém, o lugar turístico não se resume a esse conjunto de elementos. Há, ainda, na sua composição, outros objetos técnicos não condicionados ao uso turístico do espaço, bem como outros tipos de relações ditadas não pelo uso efêmero do lugar – típico do turismo – mas permeadas pela cotidianidade de quem vive nesse lugar: os residentes.

Do uso determinante de um dado espaço pelo turismo decorrem tipos (e intensidades) diferentes de fluxos (de capitais, de informações, de pessoas...) que sobre esse espaço se dão. Esse fluxos são, tendencialmente, determinados fora do lugar, pelas pontes estabelecidas entre o local e o global.

Essas pontes traduzem-se no espaço turístico sob a forma de hotéis multinacionais,⁷ pela presença de instituições financeiras mundiais

⁵ Não se considerarão, neste caso, as modalidades de turismo denominadas "alternativas", como, por exemplo, o turismo ecológico.

⁶ O uso desta expressão designa os objetos técnicos que têm como função principal dar suporte ao uso de um dado espaço, como é o caso da infra-estrutura de saneamento, de energia e viária.

⁷ São hotéis multinacionais aqueles pertencentes a redes internacionais de hotéis e que, portanto, localizam-se em diferentes países.

no lugar, pela participação do Banco Mundial no financiamento de projetos turísticos, pelo *marketing* turístico, pelos fluxos de turistas etc.

Dois fatores principais condicionam a eleição de um dado espaço para o uso turístico: a valorização (cultural) desse espaço como espaço para o turismo e a divisão social e territorial do trabalho.

Como a valorização dos espaços pelo turismo é dada em função de valores culturais e a cultura é própria de cada grupo social e mutável no tempo, espaços eleitos pelo turismo hoje não correspondem, necessariamente, aos espaços turísticos de amanhã.

A história do turismo no mundo mostra que montanhas e praias, campos e áreas densamente povoadas, entre outros, têm se alternado como preferência nos fluxos turísticos dominantes. Além disso, ocorre também, em função daquela diversidade cultural, a valorização concomitante no tempo de diferentes espaços como espaços do turismo.

De outro lado, em função da forma como se dá a divisão social do trabalho no mundo capitalista, apenas uma parte dos indivíduos dessa sociedade (ou grupos de indivíduos) tem condições de praticar turismo (uma modalidade de lazer ativo) ou de participar do mercado turístico vendendo sua força de trabalho. Outra parcela significativa da população mundial não faz turismo, não participa direta ou indiretamente da atividade turística (incluindo-se aqui a renda auferida através da atividade) e, muitas vezes, sequer sabe o que significa isso.

Os espaços turísticos são, portanto, eleitos em conformidade com a existência do atrativo (culturalmente criado) e de uma demanda solvável, que dispõe de tempo (livre do trabalho) e de recursos para pagar pelo uso desse espaço.

TURISMO E CIDADE

Excetuando-se algumas modalidades de turismo (turismo de aventura, turismo ecológico, turismo rural, entre outras), cuja base territorial constitui-se de espaços pouco ou nada urbanizados, o turismo urbano representa a quase totalidade dos fluxos turísticos mundiais.

Isto se deve, principalmente, ao fato de a cidade concentrar, espacialmente, os equipamentos necessários ao desenvolvimento do chamado "turismo de massa", ou seja, infra-estrutura de acesso, de hospedagem, de apoio à atividade (atendimento médico, sistema bancário etc.) e de lazer. O grau de urbanização de uma dada localidade tem, portanto, relação direta com as possibilidades de desenvolvi-

to da modalidade de turismo predominante no mundo – turismo de massa – em seu território.

A urbanização de um dado lugar tanto pode ser precedente ao aparecimento do turismo nesse lugar como pode ser concomitante ou, ainda, posterior.

O primeiro caso corresponde à maior parte das localidades turísticas consolidadas do mundo, o que se deve ao fato de o fenômeno urbano ser muito anterior ao advento do turismo enquanto atividade econômica organizada, o que acontece somente no século XIX.

Com o surgimento do turismo de massa, os núcleos urbanos são submetidos a duas situações distintas:

a) Eles podem ser incorporados, espontaneamente, ao circuito das localidades turísticas, em função de terem suas características valorizadas pela atividade. Em decorrência de uma incorporação espontânea, essas cidades podem investir na atividade em busca da manutenção e da ampliação desses fluxos turísticos espontâneos ou ignorar a presença do turismo, deixando que o mesmo se aproprie de seu espaço de forma aleatória e não planejada.

b) Eles podem induzir o desenvolvimento do turismo, caso esta incorporação espontânea não ocorra, por meio de políticas e do planejamento da atividade, direcionando os equipamentos urbanos já construídos e aqueles a construir, em função de uma urbanização turística do lugar.

Há, ainda, os casos em que o processo de urbanização é, ao mesmo tempo, um processo de urbanização turística do lugar.

Estes são os casos em que a "simbiose" entre turismo e fenômeno urbano se manifesta da forma mais evidente.

Nesses casos podem ser enquadradas as localidades turísticas criadas a partir de projetos urbano-turísticos planejados, como é o caso de Cancún, no México, ou de Las Vegas, nos Estados Unidos, por exemplo.

Por fim, há os casos em que a urbanização é posterior à incorporação do lugar pelo turismo.

Exemplos típicos desse caso são alguns pequenos povoados litorâneos do Nordeste do Brasil, tal como Porto Seguro. Esses povoados surgem como destinos turísticos "selvagens" e, com o aumento dos fluxos, têm um processo de urbanização acelerado em função do crescimento da atividade.

O tipo de urbanização que se processa nesses casos – planejada ou não – depende, em primeira instância, da tomada de posição do poder público local, ao qual – no caso brasileiro – é delegada a incumbência de orientar o desenvolvimento urbano no território do município.

O TURISMO E A (RE)PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO NO BRASIL

A abordagem sobre a participação do turismo na produção do espaço urbano brasileiro remete, primeiramente, às seguintes ponderações:

a) Embora o setor de viagens e turismo seja responsável por cerca de 10% do Produto Interno Bruto mundial,⁹ o Brasil participa apenas de forma marginal desse mercado (0,3% do total de viagens internacionais em 1993).¹⁰

b) Apesar de ter cerca de 75%¹¹ de sua população vivendo em cidades, apenas uma pequena porção dos 8,5 milhões de km² do território brasileiro é urbanizada;

Esses 3/4 da população brasileira estão concentrados numa estreita faixa (comparativamente à extensão total do território do país) próxima ao mar, além de em algumas outras porções do território em que tais aglomerações foram historicamente favorecidas;

c) A modalidade de turismo predominante no Brasil é litorânea e, portanto, "coincidente" com a porção do território mais urbanizada do país.

Cabe ressaltar que não constitui esse fato uma mera coincidência, já que o turismo de massa de que estamos tratando exige "infra-estrutura turística" e "infra-estrutura suporte" (o mesmo que infra-estrutura urbana).

Assim sendo, a reflexão que aqui se dá sobre a participação do turismo na produção do espaço urbano brasileiro está restrita à faixa litorânea – onde o turismo acontece de forma mais intensa e, conseqüentemente, mais significativa para esse processo.

Do uso turístico do espaço litorâneo brasileiro têm decorrido especificidades no processo de urbanização desses territórios.

O Brasil possui cerca de 7.600 km de litoral, ao longo dos quais o surgimento e consolidação de núcleos urbanos deu-se de forma bastante diversa, conforme a interveniência de fatores internos (nas escalas nacional, regional e local) e externos.

Dessa construção histórica dos lugares litorâneos resultou uma divisão clara (e perversa) do litoral brasileiro: o litoral Norte-Nordeste e o litoral Centro-Sul (regiões Sudeste e Sul).

⁹ MIC & EMBRATUR. *Política Nacional de Turismo: diretrizes e programas*, 1996-1999. Brasília, 1996.

¹⁰ Cf. nota 3.

¹¹ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). *Censo Demográfico 1991*. IBGE, 1993.

A faixa litorânea correspondente às regiões Norte e Nordeste tem como características a presença de extensos vazios demográficos, assim como pobreza (por vezes, miséria) da população e todos os problemas urbanos daí decorrentes.

No litoral Centro-Sul encontra-se a região mais desenvolvida do Brasil, o eixo São Paulo-Rio de Janeiro, a porção mais industrializada do território brasileiro e a concentração da maior parte da riqueza produzida no país. A infra-estrutura urbana aí é mais desenvolvida e pobreza e miséria, embora também existam, são camufladas pela riqueza e pela opulência.

Em função dessa divisão – historicamente produzida –, a urbanização turística do litoral brasileiro vai se dar, também, de forma distinta nessas duas porções.

a) No litoral Norte, o turismo não constitui atividade relevante no processo de urbanização, pois a atividade se dá aí de forma incipiente.

No litoral Nordeste a expansão da infra-estrutura turística cresce exponencialmente, tendo como "carro chefe" a infra-estrutura hoteleira. Com isso pretende-se captar a maior parte das demandas turísticas nacional e estrangeira.

b) No litoral Centro-Sul é o fenômeno da segunda residência que ganha maior destaque no conjunto da infra-estrutura turística implantada e em implantação, em função da existência de uma demanda solvável capaz de arcar com os custos de uma residência de veraneio. Daí os condomínios de segunda residência ocuparem extensos trechos do litoral dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, principalmente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O crescimento dos fluxos turísticos, alardeado pelos órgãos mundiais gestores da atividade através da mídia, deve ser ponderado em função das metodologias utilizadas por essas instituições na confecção das estatísticas do turismo mundial.

Ao contabilizar, por exemplo, cada viagem realizada como um turista diferente, a OMT (Organização Mundial do Turismo) negligencia o fato de que uma mesma pessoa viaje inúmeras vezes durante o ano, bem como desconsidera aquelas viagens que não são realizadas para fins de turismo e que não constituem, sob qualquer aspecto, viagens turísticas.

Em decorrência disso, a idéia de que grande parte da população mundial faz ou pode fazer turismo tem encontrado terreno fértil nos estudos realizados por pesquisadores desatentos às limitações meto-

dológicas das estatísticas, quando qualquer reflexão mais aprofundada sobre a distribuição da riqueza no mundo e, em consequência, das possibilidades materiais para se fazer turismo, deve mostrar que apenas uma pequena parcela da população mundial se enquadra naqueles indicadores.

Isso, entretanto, não diminui a importância do turismo enquanto atividade co-produtora do espaço geográfico. Mais ainda, em função dessas dificuldades, faz-se necessário aprofundar a análise e buscar apreender as reais intervenções que o turismo pode impingir ao espaço, bem como as consequências dessas intervenções para as sociedades. A força transformadora da atividade turística não reside apenas no número de pessoas ligadas direta e indiretamente à atividade, mas nesse conjunto de intervenções que lhes são próprias e em sua profundidade, reconhecidamente relevante.

A urbanização relativamente rápida do Brasil (sobretudo a partir da década de 50) deu-se, como na maior parte dos países pobres, de forma desordenada. Disto decorreram, entre outros problemas, dificuldades econômicas, por parte do poder público, para suprir as cidades de suas necessidades básicas de saneamento, moradia, transporte etc. A ausência de políticas urbanas objetivas, por outro lado, também contribuiu para que o quadro de deterioração dos núcleos urbanos brasileiros fosse agravado.

O turismo que se faz no país, predominantemente urbano, não escapa dos efeitos desses problemas. A cidade do Rio de Janeiro é exemplo incontestado do conflito entre desenvolvimento da atividade turística e questões sociais urbanas. Em função da violência urbana, o turismo no Rio caiu vertiginosamente e somente a partir de milionárias campanhas de *marketing* pôde recuperar parte da demanda perdida.

A carência e deterioração da infra-estrutura urbana estão, de forma inovadora no Brasil, no centro da mais recente política regional de turismo do país, o Prodetur-NE (Programa de ação para o desenvolvimento do turismo no Nordeste). Este programa, que está alocando recursos da ordem de US\$ 800 milhões,¹¹ abarca apenas obras de infra-estrutura suporte (saneamento básico, tratamento de lixo, ampliação/construção de estradas, reforma/construção de aeroportos).

Este parece um sinal de que o turismo deixa de ser visto, no Brasil, como um fenômeno isolado, para ser compreendido como parte de um conjunto de relações. Sem tomar em conta esta premissa, cabe ressaltar, toda política de turismo estará fadada ao fracasso.

¹¹ 50% desse montante está sendo financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID - e 50% pelos respectivos governos dos Estados nordestinos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Edições 70, 1991. 213p.
- BECKER, Bertha. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. *Turismo: espaço, paisagem e cultura*. YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani A.; CRUZ, Rita de Cássia A. da (Orgs.), São Paulo: HUCITEC, 1996. p.181-192.
- BENKO, Georges. *Economia, espaço e globalização na aurora do século XXI*. São Paulo: HUCITEC, 1996.
- BRASIL. Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo; EMBRATUR. *Política Nacional de Turismo: diretrizes e programas*. 1996.
- CARLOS, Ana Fani A. *O lugar no/do mundo*. São Paulo: HUCITEC, 1996.
- CASTELLS, Manuel. *A questão urbana*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- COALTER, Fred. *Analysing Leisure policies. Management & Planning in the leisure industries*. HENRY, Ian P. et al. London: Macmillan Education Ltd., 1990.
- FRIEDMANN, George. *O trabalho em migalhas: especialização e lazeres*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1983.
- GETINO, Otávio. *Turismo y Desarrollo en America Latina*. México: Noriega Editores, 1991.
- IANNI, Octávio. *Sociedade global*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- LAZZAROTTI, Olivier. La géographie dans la controverse touristique. *Annales de Géographie*, n.580, p.627-650, 1994.
- NICOLÁS, Daniel H. (Org.). *Teoría y praxis del espacio turístico*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Xochmilco, 1989.
- PEARCE, Douglas. *Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográficas*. México: Trillas, 1988.
- _____. *Tourism Today: a geographical analysis*. New York: Longman, 1990. 4th.
- SANCHEZ, J. E. Por una Geografía del turismo de litoral. Madrid. *Estudios Territoriales*, v.17, p.103-122.
- SANTANA, Jorge Fernando de. Desníveis regionais no Brasil: razões do surgimento e persistência. *Revista de Geografia*, Edição Especial, Recife: UFPE, julho/1996. p.108-129.
- SANTOS, Milton. *Técnica, tempo, espaço: globalização e meio técnico-científico-informacional*. São Paulo: HUCITEC, 1994a.
- _____. *A urbanização brasileira*. São Paulo: HUCITEC, 1994b.
- _____. *Metamorfoses do espaço habitado*. São Paulo: HUCITEC, 1994.
- _____. *Espazo e Sociedade*. Rio de Janeiro: Vozes, 1979.
- _____. Tendências da urbanização brasileira no fim do século XX. *Os caminhos da reflexão sobre a cidade e o urbano*. CARLOS, Ana Fani Alessandrí. (Org.), São Paulo: EDUSP, 1994. p.17-26.
- _____. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: HUCITEC, 1996.
- SOUZA, Maria Adélia de. *Governo Urbano*. São Paulo: Nobel, 1988.
- URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Nobel, 1996.