

TURISMO E TRANSFORMAÇÃO DO ESPAÇO ¹

Thais Torres²; Elsbeth Léia Spode Becker³; José Luiz da Silva Silvério⁴

RESUMO: O Turismo é um fenômeno capaz de transformar e reorganizar o espaço geográfico. Ao se inserir no espaço natural o Turismo resgata valores culturais e sociais, fortalece noções ambientais e cria mecanismos que dinamizam a economia do lugar. Entretanto, para desencadear essa rede de relações, o Turismo necessita da articulação entre as políticas públicas, o setor privado e a comunidade local e depende da interrelação com diversas ciências. Neste trabalho objetivou-se evidenciar conceitos da Ciência Geográfica que contribuem para a análise da transformação socioespacial da Rota Turística Gastronômica nos municípios de Silveira Martins e Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil.

PALAVRAS- CHAVE: Território, Geografia, Rota Turística

INTRODUÇÃO:

O Turismo é um fenômeno espacial e social que existe desde o surgimento da humanidade com a necessidade de transportar informações, imagens, carga ou pessoas. Esses deslocamentos só foram possíveis através da abertura de estradas e do desenvolvimento dos meios de transportes. Ele está associado à expansão das forças produtivas e do desenvolvimento do capitalismo, vetor de mudanças, que vêm produzindo novas configurações sócio-espaciais, tanto no meio urbano, como no meio rural, em diferentes escalas.

Numa perspectiva de melhor entender esse fenômeno se estabeleceu como objetivo geral neste estudo o de analisar o processo transformação do espaço após a Rota Turística Gastronômica de Santa Maria – Silveira Martins – RS.

METODOLOGIA:

Realizou-se uma pesquisa bibliográfica que consistiu na elaboração de um referencial teórico, enfatizando o Turismo e as transformações do espaço geográfico, as relações com o meio natural e a comunidade local. Gil (1995) afirma que a pesquisa bibliográfica propicia um embasamento conceitual, o qual subsidia o pesquisador para a análise do objeto de estudo. Nesse sentido, a abordagem teórica deste trabalho embasou os trabalhos de campo e análise da transformação socioespacial da Rota Turística Gastronômica nos municípios de Silveira Martins e Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil.

¹ Parte da Dissertação de Mestrado da primeira autora no Programa de Pós Graduação em Geografia, Universidade Federal de Santa Maria – UFSM.

² Pós-graduanda em Geografia – Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. E-mail: thaisturis@gmail.com.

³ Professora da Área de Ciências Humanas – Centro Universitário Franciscano – UNIFRA. E-mail: elsbethleia@terra.com.br

⁴ Professor do Departamento de Geografia e Geociência – Universidade Federal de Santa Maria - UFSM. E-mail: silverioufsm@gmail.com

A Rota Turística Gastronômica Santa Maria – Silveira Martins foi criada para resgatar e valorizar o caminho percorrido pelos imigrantes italianos e preservar a cultura e história do lugar. A Rota reúne 74 empreendimentos localizados nos dois municípios, iniciando na VRS 511 (Arroio Grande) e terminando no centro de Silveira Martins. A criação da Rota Turística e Gastronômica entre o município de Santa Maria e Silveira Martins traduz o que indica o Plano Nacional de Turismo, criado em 2003, pois fomenta o Programa de Roteiros Integrados, uma das diretrizes do desenvolvimento do turismo, que busca a regionalização, através da elaboração de projetos em parceria dos municípios. A Rota Turística Gastronômica se encaixa numa modalidade de Turismo classificada como Turismo Rural¹ e apresenta uma nova alternativa de renda para produtores rurais comercializarem seus produtos e valorizarem a cultura local. As rotas gastronômicas, ou rotas alimentares representam a combinação da gastronomia local/regional combinada com os atrativos ambientais, históricos e culturais de uma região (LINDNER, 2007).

O município de Silveira Martins pertence à Macroregião Sul do país, Mesoregião Centro – Ocidental Rio Grandense e a Microregião de Restinga Seca no estado do Rio Grande do Sul, conforme a classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Situada sobre a Serra de São Martinho, na serra Geral, ou Rebordo do Planalto, é uma das áreas piloto da Reserva de Biosfera da Mata Atlântica no Estado, apresentando clima subtropical úmido.

Santa Maria é conhecida como cidade coração do Rio Grande, esta localizada na região Central do Rio Grande do Sul. Apresenta clima mesotérmico e úmido. A temperatura média anual é relativamente baixa, em torno de 19,2°C, com amplitude térmica cerca de 10,5°C. A cidade está dividida em 10 distritos, destacando o 4º distrito Arroio Grande que apresenta uma distância de 18 km da sede. O Distrito de Arroio Grande é o “Portal da 4ª Colônia”, onde tem início à "Rota Turística e Gastronômica", ligando Santa Maria a Silveira Martins.

Vizinhos geograficamente, os municípios de Santa Maria e Silveira Martins estão associados também no objetivo de impulsionar o Turismo gastronômico na região Central do Rio Grande do Sul. A figura 1 apresenta uma visão panorâmica da Rota Turística Gastronômica e seus atrativos.

No início de 2005 foi assinado um protocolo de intenções entre os dois municípios que integram a rota. A verba para a execução do projeto foi através de um financiamento do Ministério do Desenvolvimento Agrário – Governo Federal, Programa PRONAT e Caixa Econômica Federal. Fazem parte do projeto os seguintes elementos: a sinalização turística e a infra-estrutura para o desenvolvimento das ações.

A criação da Rota auxilia na integração, e organização de atrativos, equipamentos, serviços turísticos e infra-estrutura de apoio do turismo, resultando na consolidação dos produtos da região. Para Maria Beatriz da Silva Almeida,

Os roteiros turísticos, de acordo com as características das regiões de quem fazem parte, recebem nomeações diversas como: Roteiro, Rota, Caminhos, Circuito, entre outros. Estas estruturas organizacionais são integradas por atores, comprometidos com planejamento, gestão, comercialização e

¹ “O turismo rural propicia valorização do ambiente onde esta sendo explorado, pois tem capacidade de destacar a cultura e a diversidade natural da região. Proporcionando a conservação e manutenção do patrimônio histórico, cultural e natural. Caracteriza-se por uma gestão sustentável onde beneficia a população local que participa direta ou indiretamente das atividades relacionadas com o turismo”. (FIALHO,2003, *apud* LINDNER, 2007, p.33).

promoção turística. Em geral, se desenvolvem por meio de uma cultura associativa, que proporciona a complementariedade e a integração entre os diversos empreendimentos turísticos (ALMEIDA SILVA da, 2007,p.3).



FIGURA 1. Rota Turística Gastronômica Santa Maria – Silveira Martins
 FONTE: www.rotaseroteiros.com.br. Acesso em 14/11/2008.

REFERENCIAL TEÓRICO

O interesse da Geografia nos estudos em Turismo se relaciona ao fato do Turismo ser um fenômeno capaz de transformar e (re) organizar o espaço geográfico. A análise integrada, interpretativa, contextualizada e crítica nasce em meio ao movimento de renovação da Geografia Tradicional e ganha concepções filosóficas estruturadas a partir da Geografia Nova. A influência do pensamento antropocêntrico de Marx e Engels alia a teoria e a prática e insere uma nova visão da realidade, uma mudança fundamental na linha de pensamento em todas as ciências. As várias manifestações e implicações dessa mudança de paradigma trouxeram a riqueza de análises que atrelam à compreensão do espaço natural e de suas relações com a sociedade. Assim, tornou-se

possível, também, a relação entre as ciências e a percepção da interconectividade entre todos os fenômenos do espaço geográfico. A transferência da concepção mecanicista para a holística da realidade já são, portanto, perceptíveis em todas as ciências. Assim, buscar e evidenciar conceitos dentro da imensa bagagem teórica de ciências mais antigas como a Geografia, pode trazer uma grande luz para pesquisas em Turismo, uma ciência que iniciou a sistematização de seu arcabouço teórico a partir de segunda metade do século XX.

A Ciência Geográfica pode contribuir e, também, aprender a partir do diálogo com o Turismo, especialmente no que se refere a motivação do exercício da tradição geográfica do trabalho de campo, apropriando-se de uma abordagem social e incorporando novas categorias na investigação da realidade. As categorias da Geografia como, paisagem, região, lugar, espaço e território são importantes para analisar e fundamentar a transformação que a atividade turística produz ao modificar o espaço. No presente artigo não aprofundaremos a discussão em torno de todas as categorias geográficas, e sim nas categorias território e espaço que representam o foco central do trabalho.

O Turismo enquanto atividade é indutor de profundas transformações no espaço geográfico, pois esse constitui o espaço para o Turismo. Ao se apropriar/ dominar o espaço o Turismo territorializa-o numa relação de poder imposta pelo capital, sendo capaz de provocar (des) territorialização e (re) territorialização no espaço. Haesbaert (2004) analisa que vivemos sempre em movimentos de desterritorialização e reterritorialização, ou seja, abandonando territórios e fundando novos.

O território para Haesbaert, a partir da distinção entre apropriação e domínio significa que,

“o território envolve sempre, ao mesmo tempo (...), uma dimensão simbólica, cultural, através de uma identidade territorial atribuída pelos grupos sociais, como forma de “controle simbólico” sobre o espaço onde vivem (sendo também, portanto, uma forma de apropriação), e uma dimensão mais concreta, de caráter político-disciplinar [e político-econômico...]: a apropriação e ordenação do espaço como forma de domínio e disciplinarização dos indivíduos” (HAESBAERT, 1997, p.42).

O território que nos dias atuais é representado pela Rota Turística e Gastronômica já foi no século XIX territorializado por alemães e russos a mando do Governo Imperial que instalou o Quarto Núcleo de Colonização do Estado. Por não se adaptarem às condições geográficas da serra São Martinho foi necessário que a direção da colônia enviasse imigrantes italianos para povoar aquela região. É através desses processos de territorialização que surge a Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul, chamada inicialmente de Città Nuova, depois Città Bianca e mais tarde, de Silveira Martins, em homenagem ao seu intercessor no império, Gaspar da Silveira Martins. (RUVIARO,2007). Os diferentes agentes criam suas próprias estratégias de apropriação do território, suas territorialidades, em razão de seus mais diversos interesses no mesmo espaço social e numa diferente escala temporal.

Neste sentido, os agentes se unem para resultar em uma representação do espaço, no caso, na imagem da Rota Turística Gastronômica Santa Maria – Silveira Martins. Portanto o “espaço representado não é mais o espaço, mas a imagem do espaço, ou melhor, do território visto e/ ou vivido” (RAFFESTIN, 1993, p.147).

O produto turístico não corresponde apenas a um determinado tipo de atrativo, ele é a soma dos aspectos geográficos, históricos, culturais, equipamentos e serviços constituintes no espaço. Possui caráter dinâmico e integrador do espaço geográfico,

assim, como o conceito de território ambos apresentam múltiplas dimensões e escalas. O produto turístico não deve ser analisado numa visão estreita, total e sim integrada do conjunto de relações de dominação e apropriação, dessa forma evidenciando os aspectos natural, social e cultural e não somente o aspecto econômico.

Antigamente era possível detectar claramente um território como “experiência total do espaço”, hoje cada vez mais nos deparamos com territórios cada vez mais fragmentados, móveis e descontínuos estando associados às entidades que os promovem seja uma igreja ou uma firma. (HAESBAERT, 2004).

Existem diversas dimensões a respeito do conceito de território, como a materialista, economicista naturalista, idealista jurídico-política. É possível dizer que o espaço representa a matéria prima para o consumo do Turismo e que este é anterior ao território que se transformará em território turístico. Sabe-se que o território se forma a partir do espaço de acordo com RAFESTTIN:

É essencial compreender bem que o espaço é anterior ao território. O território se forma a partir do espaço, é o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível. Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente (por exemplo pela representação), o ator “territorializa” o espaço (RAFESTTIN, 1993,p.143).

O território turístico se formará através de uma prática social e uma rede de interesses e exercício de poder que envolvem os fatores sociais, políticos e econômicos dos atores envolvidos como empresários, políticos, população local, que almejam o desenvolvimento local/ regional com a inserção do turismo. RODRIGUES (2006, p.306), se refere ao “território turístico, como um espaço dominado e ou/ apropriado que assume um sentido multiescalar e multidimensional que só pode ser devidamente apreendido numa concepção maior de multiterritorialidade”. HAESBAERT (2004, p. 127) afirma que “muito mais do que uma coisa ou um objeto, o território é um ato, uma ação, uma relação, um movimento”. Ao analisar o território turístico Castro diz que:

Enfim o turismo constrói novos territórios e territorialidades ao promover inovações relacionadas á infra-estrutura energética, transportes e comunicações, saneamento básico, expansão imobiliária com valorização do solo urbano; ao afetar valores, costumes e cultura da comunidade local, resultando uma série de efeitos favoráveis e desfavoráveis ao inscrever uma nova racionalidade espacial, numa conexão sistêmica entre o local e o global (CASTRO,2006, p.42).

SOUZA (2005) caracteriza o território como uma rede de relações que ao mesmo tempo implica diversidade entre os *insiders* (comunidade) e os *outsiders* os “outros”, os de fora como os turistas.

O Turismo ao atuar no espaço o transforma, sendo assim responsável em produzir novas territorialidades. Ao valorizar paisagens ele cria um território próprio para consumo do turista, se caracterizando assim como um híbrido que ao mesmo tempo possibilita o desenvolvimento de uma localidade, também gera degradação do meio ambiente e exclusão social (BECKER, 1999). “O espaço do turismo é essencialmente fluido, porque por natureza implica mobilidade horizontal e vertical” (RODRIGUES, 1999.pg.62).

Mas o Turismo não transforma o espaço sozinho ele depende de um conjunto de relações que envolvem outros setores e outras atividades para se desenvolver. É possível dizer que o Turismo se apropria de elementos contidos no espaço e lhe atribui um valor que será transformando em produto turístico e será (re) organizado e inserido dentro de

uma tipologia do Turismo seja de Turismo rural, cultural, ecológico entre outros, para finalmente tornar-se o produto final para ser comercializado.

RAFFESTIN (1993) esclarece que território é um espaço onde se projetou um trabalho, revela relações marcadas pelo poder. O espaço é a “prisão original”, o território é a prisão que os homens constroem para si. Esta abordagem serve para mostrar que o Turismo ao se apropriar concreta ou simbolicamente do espaço, o territorializa com objetivo de dinamizar este espaço e produzir uma nova funcionalidade atribuindo valores e representações.

A apropriação abarca o caráter simbólico de territorialização, exemplifica-se com a valorização da cultura material e imaterial, atribuindo valores que irão despertar o interesse do turista em visitar e conhecer determinada localidade e a dominação do território esta ligada a sociedade moderna capitalista do período pós Revolução Industrial estando também subordinado ao Estado, ao poder privado e comunidade local num caráter mais concreto político-econômico. É uma relação marcada pelo poder, produzido por determinado grupo ou entidade, instituição que pretende se ocupar do espaço e nele realizar uma ação. Este processo se caracteriza por uma dinâmica territorial responsável pela criação e recriação de territórios, na medida em que se esgota ou entra em declínio a funcionalidade de um território, logo em seguida uma nova função é pensada e transformada num novo território.

LEFEBVRE *apud* RAFFESTIN (1993) argumenta que a produção de um espaço, o território nacional, espaço físico, balizado, modificado, transformado pelas redes, circuitos e fluxos que aí se instalam: rodovias, canais, estradas de ferro, circuitos comerciais e bancários, auto-estradas e rotas aéreas etc. são alguns exemplos da passagem do espaço para o território.

As organizações podem, em seguida, controlar mais facilmente os fluxos de energia e os fluxos de informação. Portanto, a partir daí, podem reparti-los, distribuí-los, fazê-los circular, aplicá-los em pontos precisos para obter um outro resultado” (RAFFESTIN, 1993, p. 53).

Ao longo dos tempos o processo de globalização diminuiu as fronteiras geográficas e possibilitou que as pessoas tivessem rapidez nos deslocamentos encurtando distâncias. É possível dizer que o aumento das técnicas aumentou o acesso a informação. Com o surgimento da Internet o cidadão torna-se capaz de deslocar-se para qualquer canto do mundo virtualmente criando novas territorialidades. O território no contexto da Globalização é redefinido por SANTOS (2002 *apud* CASTRO 2006) como:

Conjunto de sistemas naturais mais os acréscimos históricos materiais imposto pelo homem. Ele seria formado pelo conjunto indissociável do substrato físico, natural ou artificial, e mais o seu uso, ou em me outras palavras, a base técnica e mais as praticas sociais, isto é, uma combinação de técnicas e política. Os acréscimos são destinados a permitir, em cada época, uma nova modernização, que é sempre seletiva (SANTOS, p.87.2002).

A globalização aumentou a competitividade dos territórios turísticos devido alguns territórios não serem ocupados apenas pelo Turismo e sim por outras atividades.

Para BENI (2000 *apud* CASTRO 2006), especialista nos estudos de turismo que interpreta o fenômeno turismo numa visão sistêmica, o defini da seguinte forma:

Um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Neste processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social de natureza emocional, econômica, cultural, ecológica e

científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transportes e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si tanto para fruição material como subjetiva de sonhos, desejo, imaginação projetiva, de enriquecimento histórico humanístico, profissional, de expansão de negócios. Este consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos. (CASTRO, 2006, p.39)

Esse novo contexto mostra a fluidez do território, que no seu interior, abriga espaços onde com a criação de infra-estruturas, serviços e formas de organização são impostas pelo mercado e pela competitividade, ficando localizadas em pontos considerados mais adequados a essas funções.

O território enquanto palco de transformações nos dias de hoje esta marcado pelos movimentos contínuos e não pela fixação, não existe mais uma relação fixa de pertencimento ao território, mas a vários territórios. É possível relacionar essa questão a competição devido ao avanço das dinâmicas de privatização dos espaços públicos e a violência. Podemos observar como isso acontece entendendo que a multiplicação dos grupos territoriais significa a existência de novos grupos sociais que cada vez mais se diversificam e exigem a transformação e reorganização do espaço em novos territórios.

É possível identificar uma rota turística como um espaço de fluxos onde as pessoas circulam e que apresenta fixos como restaurantes, cantinas, balneários, fábricas artesanais e próprios estabelecimentos rurais familiares que integram o roteiro. É na diversidade, mobilidade e multiplicidade de atrativos que o turismo constrói seus múltiplos territórios.

KNAFOU (1999) propõe três tipos de territórios: o território sem Turismo, o Turismo sem território e o território turístico, onde o primeiro se refere à busca do turista pelo novo, o exótico, o segundo sendo aquele onde o turismo cria seu próprio território como, por exemplo, uma praia artificial em uma localidade de clima frio e o terceiro onde o turista cria o território.

A atividade turística por ser dinâmica, possui um ciclo de vida criado por R. W Butler em 1980 onde mostra que o produto turístico possui seis fases que são: exploração, investimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação, declínio ou rejuvenescimento. Essas etapas permitem analisar como acontece o processo de formação de novos territórios turísticos, que nascem no período de declínio para dar uma nova funcionalidade ao antigo território.

SOUZA (2005) diz que o território antes de ser espaço concreto é uma relação social projetada no espaço, e pode se difundir, dissipar, podendo numa escala temporal permanecer por anos, meses, semanas ou dias. “Pode não haver nenhuma transformação direta do território, mas há uma apropriação direta e /ou indireta e uma “produção espacial” simbólica - a beleza natural ou cultural”, RODRIGUES (1999, p.56).

Alguns modelos de Turismo se propõem a resgatar locais praticamente esquecidos e desertos, construindo verdadeiros cenários que transformam o espaço para atender o consumo turístico. É neste momento que se deve chamar atenção para que não se construam simulacros apenas para atender o capital, que o espaço não se transforme em palco para um teatro sem história.

A criação de rotas gastronômicas são importantes para a valorização da cultura regional e local e podem resgatar os valores antepassados e contribuir na economia e preservação ambiental da localidade. O território turístico pode contribuir na organização e (re) organização dos espaços na busca de um desenvolvimento sustentável. Chamado de fenômeno, o Turismo representa uma fase de mudança social que ocorreu com a existência do tempo livre e desenvolvimento dos meios de

transportes, assim não pode ser visto apenas pelo viés econômico, mas pelo lado social e ambiental também.

Não é possível desconsiderar a problemática ambiental que envolve o turismo, pois a paisagem se consolida como um atrativo principal de consumo dentro da atividade turística, portanto é preciso focar na a questão da sustentabilidade dos territórios apropriados/ dominados pelo turismo. A fim de alertar para essa questão Dias afirma:

È importante diferenciar esse aspecto do turismo de outras atividades, pois mantém estreita relação com o meio ambiente: um uso turístico intenso a curto prazo provocará a médio e longo prazos clara diminuição da demanda, pelo motivo de que o recurso natural que atraiu o visitante não mais existirá ou estará tão degradado que não será mais atrativo. (DIAS, p.25. 2003).

Para que o produto turístico final beneficie tanto o turista quanto o morador local é fundamental que todos os atores envolvidos participem do desenvolvimento da atividade na busca da sustentabilidade que contemple os aspectos ambientais, sociais, econômicos de igual forma.

Em oposição ao Turismo de massas que é forte degradador ambiental e também responsável pela desterritorialização de milhares de pessoas para um mesmo espaço surgem outros tipos de Turismo. Para (DIAS, 2003) o surgimento de novas formas de fazer Turismo esta relacionado ao aumento de consciência das pessoas, busca de qualidade de vida, aproximação de formas mais simples de vida, o retorno ao passado em contraposição do que se encontra nos grandes centros urbanos. O turista do século XXI está mais voltado para uma cultura ambiental que atribui valores significativos a natureza (LEFF, 2001), sendo assim a cultura um forte aspecto para desenvolvimento sustentável do turismo.

Através da cultura o indivíduo busca resgatar suas raízes e o retorno ao passado interagindo com os signos e símbolos dotados de informações que integram o produto turístico. O turismo possibilita essa aproximação do homem com seu passado na medida em que (re) organiza os espaços e proporciona a proximidade com seus antepassados.

Giddens (1990) argumenta que:

“Nas sociedades tradicionais, o passado é venerado e os símbolos são valorizados porque contém e perpetuam a experiência de gerações. A tradição é um meio de lidar com o tempo e o espaço, inserindo qualquer atividade ou experiência particular na continuidade do passado, presente e futuro, os quais, por sua vez, são estruturados por práticas sociais recorrentes”. (GIDDENS, 1991, p.37-38)

È salutar destacar que as rotas turísticas são importantes para o Turismo e tornam-se peças fundamentais na organização e na comercialização do Turismo como produto, envolvendo atrativos que antes se encontravam desarticulados e que se unem para melhor valorização cultural, ambiental, social, integrando um caminho a ser trilhado na busca da sustentabilidade.

Devido seu caráter participativo, a rota deve estimular a integração e o compromisso de todos os protagonistas desse processo, não deixando de desempenhar seu papel de instrumento de inclusão social, resgate e preservação dos valores culturais e ambientais existentes.

Compreender a dinâmica que envolve os agentes atuantes na territorialização do Turismo através das rotas turísticas, nos possibilitará analisar as possíveis transformações no espaço geográfico. Aproximar a Geografia do Turismo favorece na construção de novos olhares epistemológicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conceito de território apresenta relevante importância no estudo do espaço pela atividade turística ao desvendar a complexidade de análise da espacialidade do Turismo em especial a que envolve as rotas turísticas sendo possível destacar as diferentes territorialidades que os imigrantes italianos tiveram no século XIX ao territorializarem a serra de São Martinho, hoje Silveira Martins.

Analisar a territorialidade do turismo tendo como objeto de estudo uma Rota Turística Gastronômica nos esclarece o processo de dominação e apropriação do espaço pelo Turismo e como ele pode contribuir na organização e (re)organização do espaço. Nos dias de hoje podemos afirmar que quase não existem territórios sem Turismo, pois as territorialidades são definidas pelo turista que se desloca até determinado atrativo, reforçando assim o aspecto de movimento que engloba o conceito de território.

Acredita-se com a realização desta pesquisa bibliográfica, que o Turismo, cada vez mais se fortalece como um fenômeno indutor de transformações e valorização histórica cultural ambiental e cabe a Geografia o papel de enriquecer o arcabouço teórico do Turismo sendo capaz de compreender e analisar esse fenômeno.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, M.B da. **Análise de redes sociais em roteiros turísticos**. O caso: “Circuito turístico Eco-rural em Silva Jardim, RJ. Monografia (Especialização em Engenharia de produção) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

BECKER, B. **Políticas e Planejamento do turismo no Brasil**. In YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani A. e CRUZ (orgs). Turismo: espaço, paisagem e cultura. 2.ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Programa de regionalização do Turismo: roteirização turística**. Brasília, 2007.

CASTRO, N.A.R de. **O lugar do turismo na ciência geográfica**: contribuições teórico-metodológicas á ação educativa. 2006. 311f. Tese(Doutorado em Geografia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

DIAS, R. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003.

GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Ática. 1995.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do fim dos territórios à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

KNAFOU. R.L. **Turismo e território**. Para um enfoque científico do turismo. In: RODRIGUES, A.B. Turismo e Geografia: reflexões teórica e enfoques regionais. 2.ed. São Paulo: HUCITEC, 1999.

LEFF, E. **Saber Ambiental**: Sustentabilidade, Racionalidade, Complexidade e Poder. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

LINDNER, M. **Turismo rural e desenvolvimento local**: Estudo da Rota Gastronômica de Santa Maria- Silveira Martins. 2007. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2007.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. Tradução de Maria Cecília França. São Paulo: Ed. Àtica S.A, 1993.

RODRIGUES.B. A. **Turismo e territorialidades plurais** - lógicas excludentes ou solidariedade organizacional. In LEMOS, Amália Inês.G; ARROYO, Mônica; SILVEIRA, Maria Laura. América Latina: cidade, campo e turismo. São Paulo, 2006.

RUVIARO, R.E. **Silveira Martins**: O berço da Quarta Colônia de Imigração Italiana do Rio Grande do Sul. [2007]. Disponível em <http://www.silveiramartins.rs.gov.br>. Acesso em 26 de janeiro de 2009.

SOUZA, M. L. J de. **O território**: Sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, Iná Elias; GOMES, Paulo César da Costa; CORRÊA; Roberto Lobato (orgs). Geografia: conceitos e temas. 7.ed. Rio de Janeiro: Bertrand, 2005.