



VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DOS TURISTAS DO BAIRRO DE MARESIAS SÃO SEBASTIÃO (SP) QUANTO AS ORIGENS E AS MOTIVAÇÕES

MARTINS, Bruna Morante Lacerda (TCC) – FECILCAM, brunamorante@gmail.com.
MACHADO, Alisson Bertão, OR – FECILCAM, alissonbertao@hotmail.com.

RESUMO: A pesquisa teve por objetivo analisar o perfil do turista do bairro de Maresias – São Sebastião / SP, visando contribuir com as discussões sobre as relações entre turistas e território turístico. Como referencial teórico, a pesquisa partiu de pesquisas no âmbito do turismo, por autores como: Coriolano, Cruz, Moesch, e Rodrigues. Esses autores teorizam que o turismo é interpretado como uma prática social que ultrapassa os limites socioespaciais da localidade onde está presente sendo que o turista atua participativamente do processo turístico. A metodologia adotada compreendeu a aplicação de um questionário estruturado a uma amostra de 78 turistas que estiveram na localidade do estudo no período de janeiro e fevereiro de 2011. Neste artigo foram evidenciados como resultados a relação entre o turista e o território do bairro – no que tange as questões de origem e motivacionais. Os principais resultados revelaram que os turistas buscaram a localidade pela beleza natural, e tendo capital de São Paulo como principal emissor de turistas no local. Porém, é possível notar a participação de turistas estrangeiros e oriundos do interior do estado de São Paulo e de outros estados.

Palavras-chave: Turismo. Turista. Território.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo trata de um recorte do trabalho de conclusão de curso, cujo título é “Interfaces do turismo e o espaço urbano: apropriações e usos do território do bairro de Maresias – SP”. Pressupondo ainda, uma análise parcial do perfil do turista do bairro de Maresias, já que esta pesquisa se encontra em fase de elaboração dos resultados finais.

O universo de estudo se refere ao bairro de Maresias que pertence ao município de São Sebastião, localizado no litoral norte do Estado de São Paulo. O



VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

Distrito de Maresias compõe em 13 vilas com extensão de 40 km, dentre as vilas está o bairro de Maresias, cujo nome se refere ao nome do Distrito. O bairro de Maresias compreende 5 km de extensão da orla marítima, possuindo uma vasta porção da Mata Atlântica, e uma infraestrutura de equipamentos turísticos de padrão de alta qualidade e também compreende área o sertão de Maresias. Podemos apontar que o bairro está em sua essência ligado à atividade turística desde o período de 1970, com a intensificação do turismo em áreas naturais (LUCHIARI, 1992).

Para alguns autores o termo turismo pode significar ser uma “indústria sem chaminés”, vetor crescimento econômico, entre outras definições, mas, porém o turismo é transformador do espaço em que está presente. O fenômeno turístico impõe relações de usos e apropriações do território e se torna “produto do sistema capitalista, que consome espaços culturais e naturais, além de modificá-los, e proporcionar mudanças constantes entre o homem e o meio, em nível social, territorial, psicológico” (MASSARUTTO; VIEIRA, s/d, p. 1).

A abordagem do turismo enquanto uma atividade modificadora do espaço aponta para uma definição humana da atividade, conforme Moesch, (2002, p.15) “(...) o turismo é o processo humano, ultrapassa o entendimento como função de um sistema econômico”. Portanto se faz necessário compreender que o fenômeno turístico causa imbricações no espaço, ou seja, territorialidades em uma localidade, ou como neste caso pelo próprio excursionista.

Para então tratar do termo turista, buscamos relaciona-lo ao viajante que opta por conhecer o desconhecido. E motivado pelo desejo de estar em contato com outra localidade, fora do seu cotidiano, “o *turista* implica em alguém que *chega hoje e parte amanhã* e que está com um outro desenvolvendo seus interesses através da forma ou unidade da sociação.” (SIQUEIRA, 2007, p.10) (grifo do autor).

Neste horizonte, debater-se-á em uma análise parcial do perfil do turista quanto a sua origem e motivação para visitar Maresias. Salientando que trataremos as motivações como elemento desse perfil. Para tanto adotou como metodologia qualitativa, aplicações de questionários estruturados a uma amostra de 78 turistas que estavam em Maresias, no período de janeiro e fevereiro de 2011. Sendo que os questionados foram escolhidos de forma aleatória e indagados com perguntas socioeconômicas e referentes ao bairro de Maresias.



VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

Ao final deste artigo tratar-se-á as relações entre o perfil do turista e as formas de apropriação do território turístico, destacando seus desdobramentos para a área de políticas públicas e os efeitos para a comunidade local.

2 FUNDAMENTAÇÕES TEÓRICAS

2.1 TURISMO.

A atividade turística como prática social tende a abranger os limites sócio-espaciais das localidades onde está presente. Por isso a diversidade do espaço tende a entender o turismo como uma prática social e “[...] também econômica, política, cultural e educativa, envolvendo relações sociais e de poder entre residentes e turistas, produtores e consumidores”. (CORIOLANO, 2006, p.368). Desta forma o turismo pode ser interpretado como uma ligação social que envolva a comunidade local, tornando-o protagonistas do processo turístico, contribuindo assim com os anseios e necessidades próprias. Mas é importante ressaltar que os interesses em uma atividade turística se diferem em diversos momentos, por isso cabe aos atores do processo o poder de decisão entre as reais necessidades da localidade.

Na atual sociedade entorpecida, ainda existem cientistas, pessoas da sociedade organizada, entre outros que acreditam no turismo como prática social. Por conseguinte nesta linha de pesquisa autores como Coriolano (2006), Cruz (2006), Moesch (2002), Santos (2009), Yazigi (1999), entendem o turismo como uma participação de diversas interferências sociais que se aplicam a realidade e não desconsidera e destaca nenhuma dessas interferências, ou seja, existe uma visão desmistificada do turismo. Segundo Coriolano (2007, p.311), “Uma forma de turismo que pensa o lugar, a conservação ambiental, e a ressignificação da cultura, a sobrevivência e não acumulação” desmistifica o turismo do viés somente capitalista-mercadoria, e pensa em um turismo que se estende ao entendimento do meio e do



VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

estrangeiro que visita. Conseqüentemente o turismo pode ser caracterizado pelas relações sociais que estabelece desde anfitrião ao turista.

Segundo Moesch, (2002, p.15) "(...) o turismo é o processo humano, ultrapassa o entendimento como função de um sistema econômico." Sendo assim, o turismo passa a ser uma atividade que engloba vários atores no seu processo, que visa entender o comportamento social dos envolvidos. Saliendo ainda que, a economia faz parte do seu processo, mas não como forma de exploração do esforço humano. No que se trata dos atores do turismo, temos os turistas como parte elementar e que participa do desenvolvimento do processo. A seguir tratar-se-á com mais especificidade sobre o papel do turista em uma atividade turística.

2.2 TURISTAS

A comunidade flutuante pode ser considerada como alguém que busca entrar em contato com outros hábitos, culturas, línguas, paisagens, conflitos e outras inúmeras causas. No entanto o visitante turista está saindo de seu cotidiano e deslocando em busca de um contato com si e com os demais, levando consigo suas bagagens, ou seja, suas experiências e seus conhecimentos. Conforme Siqueira (2007, p.13) o turista:

[...] encarna uma síntese de forças que se tornam sociais quando rompem o universo individual, fechado em si mesmo emerge a partir das interações cujas formas sociais resultam dos processos internacionais e comunicacionais que se dão ainda em sua sociedade, durante seu deslocamento rumo à outra sociedade, chegada e retorno.

Portanto há uma busca de encontros e desencontros, surge então a necessidade de entender o viajante como uma pessoa que é inserida em outra sociedade, reafirmando Siqueira (2007, p.13), "rompem o universo individual", e mantém uma ligação com o local podendo ser por meio da paisagem, da gastronomia, da cultura local, dos aspectos intocáveis e visíveis. Entendendo que o elo entre o



VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

estrangeiro e o destino turístico, é percebido de diversas formas, assim se estende por um contato verbal comunicativo a uma percepção lúdica do local.

Salientando ainda que o universo entre o anfitrião e o viajante está suscetível às condições sociais que são estabelecidas pelo dinamismo do território. E essas condições sociais estão ligadas ao desenvolvimento do local referente ao turismo, estar ou não inferindo nas possibilidades e potencialidades locais.

Portanto tornar o turista como parte do universo do anfitrião, nem que seja por tempo indeterminado ou curto, ressaltando que o passeante está intrinsecamente ligado ao tempo e espaço, como Siqueira (2007, p. 13) aponta, “turista é aquele que chega hoje, sai amanhã e chega novamente hoje num ir e vir ininterrupto.”, portanto este elemento do turismo pode ser considerado como alguém que esteja de passagem, a fim de conhecer e interagir com outra sociedade. Mas como manter esse possível elo entre o peregrino e a comunidade local, se depende do condicionamento temporal?

De modo geral o conceito de turista abrange discussões e ambiguidades na área, pois considera-lo como parte de um sistema turístico ou da indústria do turismo, é torná-lo objeto do meio capitalista que rege a sociedade atual. E salientando ainda, que alguns autores discutem que “No turismo, pode-se imaginar, *a priori*, que tanto área estatal ou empresarial tem como objetivo real o lucro [...]” (BENI, 2002, p.27), sendo assim estamos ressaltando o papel do turismo somente como vetor econômico.

Nesta perspectiva a conceituação do viajado, conforme a Conferência das Nações Unidas (1963 apud SIQUEIRA, 2005, p.81) aponta que, “o turista seria aquele que permanece mais de 24 horas; e excursionista, aquele que permanece um tempo inferior a 24 horas”, deste modo estas definições de turista e excursionista pertence a uma lógica de capital e influenciando nas relações sociais. Definir se é turista ou excursionista pela sua quantidade de tempo em um determinado local é exaltar o tempo, é assim seguir uma lógica de capital, ou seja, que o turista é sinônimo de trabalho/dinheiro, pois no sistema vigente as relações são puramente influenciadas pela produção e consumo. Ou seja, o passante é considerado como elemento da atividade turística quando disponibiliza mais de 24 horas da sua rotina para o ócio e lazer, se inferior a isto é excursionista, sendo assim as condições de relacionamento,



VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

as suas percepções, as motivações e desejos acabam que sendo excluídas e transformadas em fruto da indústria do turismo.

Neste sentido, podemos perceber as definições de visitante para alguns pesquisadores e o Estado, notando que o viajado está sendo visto sobre o viés econômico, e o mesmo se comporta como tal, desta forma apropria-se do território turístico e afastam os elementos fundamentais, como os anseios da comunidade local, as necessidades da localidade e entre outros problemas que os lugares turísticos enfrentam.

Assim se identificar o passeante como participante ativo no processo turístico e atuando como parte do território logo discernirá o processo turístico como um reprodutor social, que envolve toda sua totalidade. Portanto para explanar as definições de turistas, se faz necessário entender como se forma um território turístico, pois para cada ator do processo emerge uma atuação sobre as localidades.

3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

Para explanar a relação entre o turista e o território do bairro de Maresias, utilizou-se como metodologia a aplicações de questionários, uma vez que essa forma de coleta de dados como de perguntas fechadas fortalece a precisão da informação em que se deseja obter. E oferece o tratamento de dados em uma ótica de análise quantitativa e qualitativa, por isso que “a informação coletada pelo estudioso limita-se tão somente às respostas escritas e preenchidas pelo próprio pesquisador” (FACHIN, 2006, p.158).

Em relação à amostra teve como base o ponto de saturação onde as informações coletadas em certo momento passam a ser repetidas ocorrendo um ápice de contribuição de dados e como consequência a diminuição das informações. Complementando ainda, que o pesquisador atinge o ponto de saturação “[...] quando tem a impressão de que não haverá nada de novo a apreender sobre o objeto de estudo [...]” (ALBERTI, 2004, p.174), por isso este meio foi utilizado pelo fato de não

VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

conhecer quantitativamente a demanda e não possuir uma informação de fontes oficiais relativa aos turistas.

O conteúdo do questionário está dividido em dados socioeconômicos, dados específicos referentes à origem, motivação, tempo de permanência, frequência, os pontos turísticos conhecidos pelo turista. Nesta análise, está dividida em duas partes: perfil socioeconômico e questões particulares do local.

Deste modo foram aplicados 78 questionários no período de janeiro e fevereiro de 2011, na Orla Marítima, é onde se concentra altos fluxos de turistas, devido à gastronomia, entretenimento e beleza cênica que este local oferece. Nesta perspectiva serão indicados os resultados das questões de origem e motivação sob a ótica dos turistas que foram questionados durante a pesquisa de campo.

3.1 AS ORIGENS DOS TURISTAS.

As origens dos turistas do bairro de Maresias interrogadas na pesquisa de campo estão representadas no gráfico 01.

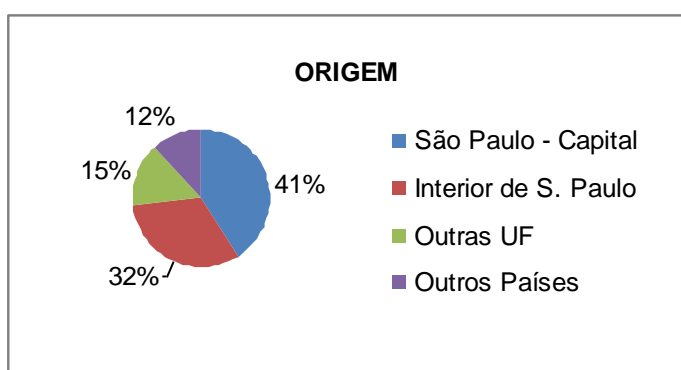


Gráfico 01 – Origem. Fonte: Pesquisa de campo realizada em Jan./Fev. de 2011

Pode-se observar que os turistas procedentes da capital do Estado de São Paulo são predominantes representando 41%, do total. Isto ocorre pelo fato da praia se encontrar a 180 km da capital, e com acessos pelas rodovias Mogi-Bertioga,



VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

Tamoios e Airton Senna. Desta forma, facilita o acesso ao litoral, pois o turista está condicionado ao tempo, e necessita descansar e voltar a sua rotina habitual.

Outro dado relevante foi que 32% dos turistas são provenientes das cidades do interior do estado de São Paulo, que buscaram a proximidade da sua cidade com o litoral aproveitando dos recursos regionais. Assim sendo, é provável que esses dados estejam ligados aos investimentos do setor público em políticas públicas para regionalização do turismo, que “planeja, gere, promove e comercializa de modo integrado e compartilhado o turismo dentro de uma região, com melhor aproveitamento dos recursos financeiros, técnicos e humanos” (MTUR, 2011a, p.09). Deste modo, o turismo evidenciado dentro da própria região de origem do turista traz benefícios para as partes do trade turístico.

Já os demais estados estão em uma parcela de 15%, com destaque para os estados de Mato Grosso, Minas Gerais, Paraná e Santa Catarina. Este também é reflexo dos programas de políticas públicas do turismo brasileiro, que investiu no desenvolvimento de 81 roteiros turísticos, segundo Airton Pereira – Secretário Nacional de Políticas Públicas de Turismo (MTUR, 2011a, p.13), os “[...] roteiros foram escolhidos com a preocupação de englobar o território nacional. Eles cobrem as diferenças culturais e regionais do País, de norte a sul.” Salientando ainda que, estes roteiros integram a regiões do país fazendo intercâmbio entre os turistas de outros estados. Enfatizando que o bairro de Maresias faz parte do roteiro Litoral Norte e Capital, passando pela capital de São Paulo, Caraguatatuba, São Sebastião e Ilha Bela (MTUR, 2011b).

Entre 12% os turistas estrangeiros, oriundos da Argentina, Portugal, de tal modo que podemos considerar um índice representativo para os estrangeiros, e está atrelado por Maresias ser “Conhecida internacionalmente pelos campeonatos de *surf*, baladas e gente bonita, Maresias têm uma combinação perfeita do Mar e Mata fazendo das cores da natureza uma paisagem paradisíaca” (PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO SEBASTIÃO, 2011).

3.2 AS MOTIVAÇÕES DOS TURISTAS.

VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

As motivações são “como forças que se manifestam em resultado de uma necessidade não satisfeita e que induzem condutas ou comportamentos das pessoas que buscam assim sua satisfação” (DIAS, 2005, p.57). Os turistas foram questionados sobre quais eram os motivos que induziram a visitar o bairro de Maresias, podendo marcar mais de uma opção como resposta. A seguir o gráfico 02 que diz respeito às motivações.

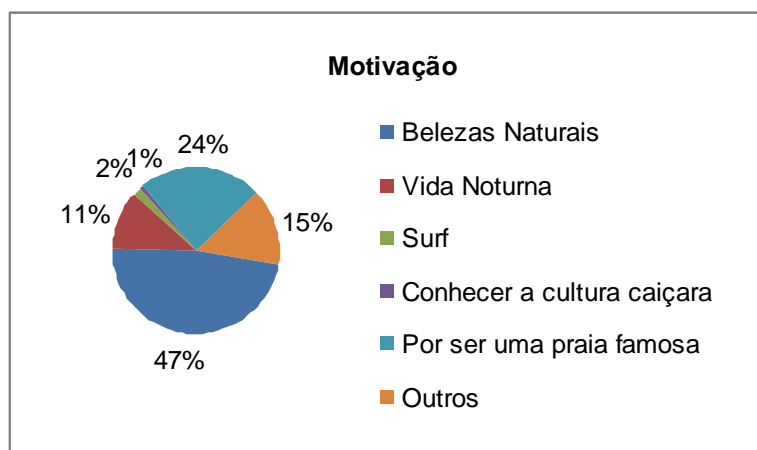


Gráfico 02 - Motivações. Fonte: Pesquisa de campo realizada em Jan./Fev. de 2011

Observa-se no gráfico 02, que a maioria dos entrevistados (47%) se motivou a visitar Maresias pela beleza natural. Demonstrando que os turistas do bairro estão sendo influenciados para escolha do local pelos aspectos naturais, e segundo site Maresias (2011), a praia “[...] é cercada pela Mata Atlântica, formando o belo e característico encontro do mar com a floresta”. Está alusão à proximidade da natureza, traz ao turista a ideia de tranquilidade, relaxamento e distância da sua realidade atual.

Contudo, verifica-se que os turistas desejam a relação com a natureza fazendo com que busquem lugares que possuam características naturais. Este interesse significa o conceito de sacralizar algo ou torna-lo um símbolo que apresente um significado, conforme Urry (2001 apud MACCANNEL, 1976, p.42-8), “existe normalmente um processo de sacralização, que torna um determinado artefato, natural ou cultural, um objeto sagrado do ritual turístico”. Neste aspecto os significados atribuídos aos espaços litorâneos passam à ideia do sagrado, por meio da



VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

contemplação da paisagem e dos elementos cognitivos presentes entre o mar e a praia, se tornando uma motivação.

Outro aspecto ressaltado no gráfico supracitado é 24% dos turistas motivaram a visitar o bairro de Maresias por ser uma praia famosa, pois “O cenário combina com gente famosa, corpos malhados e todo movimento praiano chique que invade a vida da pequena vila até o sertão” (O GUIA DAS PRAIAS, 2011, p.86). Cabe destacar os papéis das mídias para divulgar as localidades como neste caso, por meio deste panfleto de *marketing* relacionamos o local com o luxo, dinheiro, poder e enfim ao status de uma viagem. Esta motivação está apontando que os turistas do bairro de Maresias são influenciados por mídias especializadas em comercializar destinos turísticos e priorizam o “status”, quando decidem visitar esta localidade.

Neste sentido, “A viagem é marca do *status*” (URRY, 2001, p.20), este autor nos demonstra a necessidade das pessoas em estar em evidência em seu grupo social. Isto ocorre pelo padrão de consumo da sociedade, onde valores ao ter sobre valessem ao ser. Assim o destino que turista “escolherá será sempre aquele que na sua concepção apresenta maior valor para si, [...]” (DIAS, 2005, p.53).

Outro aspecto foi vida noturna representada com 11% dos turistas da praia, pois existe uma oferta considerável de equipamentos de entretenimento noturno, e também de um clube de entretenimento que movimenta altos fluxos de turistas para o local, segundo Redação Guia do Verão (2011), Maresias é considerada como “[...], sinônimo de balada de jovens no litoral norte”. Por isso, esta parcela de turistas decide pela praia por causa da sua vida noturna intensa e neste caso os eventos estão em evidência no local.

Diferente da vida noturna intensa, o *surf* representou 2% dos turistas a visitarem a praia, no entanto este déficit em interesse pela prática de esportes surfe está relacionado à época de aplicação dos questionários, pois o bairro recebe fluxos de surfistas em eventos desta natureza realizados na praia. Esta hipótese pode ser refutada com o baixo interesse pelo exercício de *waves sports* e entre outras suposições, que cabe uma pesquisa específica para trazer respostas precisas.

Já em relação a conhecer a cultura caiçara como motivação, houve um índice escasso de 1%, demonstrando que o contato entre o autóctone e o viajante quase nulos dentre os questionados. Este resultado seja provável que o local está sendo



VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

valorizado pelos atrativos naturais, os entretenimentos noturnos e de lazer. Observando, desta forma que os valores culturais estão sendo desconsiderados pelos turistas, existindo um rompimento entre o elo do visitante e da comunidade local.

Um aspecto representativo foi “Outros” apresentou 15% das motivações, dentre estes: Proximidade de São Paulo, hotel, indicação, clube de eventos, comodidade, relaxamento, tranquilidade, preço do aluguel, amigos, amor, e trabalho.

Em decorrência das diferenças das motivações entre os turistas entrevistados em Maresias, devemos considerar que as motivações físicas, sociais, psicológicas e culturais estão presentes entre os turistas. Segundo Dias (2005, p.58), “Esta claro que o turista quando viaja o faz para atender a uma necessidade não satisfeita e que o motiva para o deslocamento quando atinge alto grau de intensidade”. Por conseguinte, o turista possui suas vontades e necessidades para serem atraídos pela urbe turística, ou seja, desejam atender uma necessidade ou conhecer o desconhecido? Ou ambas?

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação parcial do perfil do turista do bairro de Maresias nos permitiu apontar as suas origens e motivações. Sabe-se que os resultados deste perfil servirão para apontamentos sobre os efeitos do turismo no território na localidade.

Os principais resultados revelaram que o turista em sua maioria tem como principal indutor as belezas naturais do local, caracterizando a importância do turismo alternativo. No entanto a motivação pela praia ser famosa mostrou o desejo de status do turista, assim sendo considera-se a vontade do turista em pertencer ao território. No que concerne a vida noturna apresentou um interesse pelo entretenimento noturno e desta forma o destaque para os eventos que acontecem no bairro.

No que se referem à origem, os turistas em sua maioria são oriundos da capital do estado de São Paulo, outra parcela significativa os originados das cidades do interior e outros estados do Brasil. E destaque para os turistas advindos de países exteriores.

Contudo esta análise parcial do turista de Maresias possa complementar as pesquisas referentes ao posicionamento do turista perante o local em que está



VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

conhecendo. E aponta que a atividade turística aliada à prática social possa contribuir com o turista em desenvolver atividades participativas nos destinos. Mas oponente a este objetivo percebemos o consumo do território turístico sem o contato com a comunidade local.

REFERENCIAS

ALBERTI, Verena. **Manual da Historia Oral**. São Paulo: FVG Editora, 2004.

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 2002.

CORIOLOANO, Luiza Neide Menezes Teixeira. Uma Epistemologia para o estudo do turismo: A análise do discurso. In: CORIOLOANO, Luiza Neide Menezes Teixeira. VASCONCELOS, Fábio Perdigão. **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidade, conflitos e resistências**. Fortaleza: Editora UECE, 2007. P. 44-55.

_____, Luiza Neide Menezes Teixeira. Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios. In: ARROYO, Mônica; LEMOS, Amália Inês Geraiges; SILVEIRA, Maria Laura (Orgs). **América Latina: cidade, campo e turismo**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006. P. 367-378

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço. In: ARROYO, Mônica; LEMOS, Amália Inês Geraiges; SILVEIRA, Maria Laura (Orgs). **América Latina: cidade, campo e turismo**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006. P. 337-350

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Editora ATLAS, 2005.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia**. São Paulo: Saraiva, 2006.

LUCHIARI, Maria Tereza Duarte Paes. **Caiçaras, Migrantes e Turistas: A Trajetória da apropriação da natureza no litoral norte paulista (São Sebastião – Distrito de Maresias)**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Departamento de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1992.

MARESIAS. Disponível em: <http://www.maresias.org/>. Acesso em: Agosto, 2011.

MASSARUTTO, Rosimeri Calixto; VIEIRA, Mirna Lygia. **Turismo de Segunda Residência**. A geografia como percepção espacial, e o turismo como atividade modificadora do espaço. [S.l.] [2005?]



VI EPCT

Encontro de Produção Científica e Tecnológica

24 A 28 DE OUTUBRO DE 2011

MOESCH, Marutschka Martini. Para além das disciplinas: o desafio do próximo século. In: GASTAL, Susana (org.). **Turismo investigação e crítica**. São Paulo: Contexto, 2002, p. 25-44.

MTUR. **Programa de regionalização do turismo**. Roteiros do Brasil. 2011a

MTUR. **Roteiros do Brasil**. 2011b

O GUIA DAS PRAIAS. 6.ed. São Paulo: SP, 2011. 130p.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO SEBASTIÃO. **Praia de Maresias**. Disponível em: <<http://www.saosebastiao.sp.gov.br/finaltemp/praias.asp?id=11>>. Acesso em: Julho de 2011.

REDAÇÃO GUIA DO VERÃO. **Peixe fora d'água?**. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/cidades,peixe-fora-dagua,315582,0.htm>>. Acesso em: Agosto, 2011.

SANTOS, Telma Mara Bittencourt Bassetti. **Turismo e Campesinato** – embates ideológicos e culturais em Colombo/PR, São Paulo (SP), 2009. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - FFLC/ Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho, São Paulo, 2009.

SIQUEIRA, Deis. **História Social do Turismo**. Brasília, DF: Ed.Vieira, 2005.

SIQUEIRA, Euler David de. **O turista, o estrangeiro e o viajante**: notas para uma sociologia do turismo e da viagem. Disponível em: <<http://www.adtevento.com.br/intercom/2007/resumos/R1294-1.pdf>>. Acesso em: Maio, 2011.

URRY, John. **O Olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001.

YAZIGI, Eduardo. **Turismo**. Uma Esperança condicional. São Paulo: Global, 1999.