

## **APROXIMAÇÕES PRELIMINARES PARA O PLANEJAMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL EM SILVEIRA MARTINS – RS<sup>1</sup>**

### ***PRELIMINARY APPROACHES TO SUSTAINABLE TOURISM PLANNING IN SILVEIRA MARTINS, RS***

**Dione Rossi Farias<sup>2</sup>**

**Susana Gastal<sup>3</sup>**

#### **RESUMO**

O turismo é uma atividade que ultrapassa a esfera econômica e, ao ultrapassar fronteiras, comunica idéias e atitudes diferenciadas influenciando, com isso, as mais variadas relações, as quais podem ser fator instigante para um destino turístico. Diante do exposto e da verificação da necessidade de propor a renovação das fontes de renda para o Município de Silveira Martins - RS, na busca da sustentabilidade, da geração de novos empregos e de desenvolvimento, a presente proposta teve como objetivos identificar os atrativos turísticos do município e propor aproximações preliminares para o planejamento, para tal utilizando-se do método dedutivo. Destaca-se que a atividade turística não pode ser vista como uma panacéia do desenvolvimento. É preciso que o município possua uma articulação adequada para responder as necessidades básicas da coletividade, para que, na existência de infra-estruturas, serviços e recursos humanos qualificados o turismo encontre bases para crescer aliado ao adequado planejamento.

**Palavras-chave:** turismo, Silveira Martins, planejamento.

#### **ABSTRACT**

Tourism is an activity that overtakes the economical sphere and, by surpassing frontiers, communicates differentiated ideas and attitudes influencing, this way, the most varied relations, which may be a persuasive factor for a tourist destination. From what was exposed and from the verification of the need to propose the renewal of income sources for the city of Silveira Martins, RS., in search of sustainability, the generation of new jobs and of development, the present proposition had the aim of identifying the tourist attractions of the city and suggesting preliminary approaches to the planning

<sup>1</sup> Trabalho Final de Graduação.

<sup>2</sup> Curso de Turismo - UNIFRA.

<sup>3</sup> Orientadora.

by means of the deductive method. It is pointed out that the tourist activity cannot be seen as a panacea for the development. It is necessary for the city to have an adequate articulation to provide the basic needs for the collectivity in order that, in the existence of infrastructure, services and qualified human resources may find the bases to develop allied to a suitable planning.

**Key words:** tourism, Silveira Martins, planning.

## INTRODUÇÃO

O ser humano desloca-se desde as mais antigas civilizações, mas foi a partir do século XX e, mais precisamente, após a Segunda Guerra Mundial que a forma desses deslocamentos foi organizada, configurando o que veio a ser denominado turismo, conseqüência dos aspectos relacionados à produtividade empresarial, ao poder de compra das pessoas e ao bem estar resultante da restauração da paz na Europa após o conflito.

A partir dos anos 1960, um desenvolvimento rápido inicia o chamado “boom turístico”. Hoje o turismo constitui-se em um dos mais importantes instrumentos de geração de emprego e renda no mundo e vem ganhando ainda maior espaço com o aumento do tempo liberado do trabalho, o aumento da renda e a crescente exigência de qualificação no emprego que instiga a motivação para a fuga do cotidiano.

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre indústria e comércio e se classifica como um setor de serviços, é, também, uma atividade geralmente associada ao repouso, à diversão, ao desporto, ao acesso à natureza, por isso é concebido e praticado como meio privilegiado de desenvolvimento individual e coletivo (MOESCH, 2000). A teia de relações gera o produto turístico, composição de uma base cultural com herança histórica aliado aos recursos naturais.

A população em geral e a comunidade local devem estar associadas às atividades turísticas, participando equitativamente dos benefícios sociais, culturais e econômicos capazes de gerar emprego e renda. O turismo, como um fenômeno social e econômico dos mais significativos da pós-modernidade, influencia de forma abrangente, os locais em que se desenvolve, pois é uma atividade capaz de reestruturar a economia, de propor um novo processo produtivo e revitalizar a identidade local.

As características naturais peculiares à região de Silveira Martins/RS são acrescidas pelas marcas culturais singulares, constituídas a partir da presença das raízes italianas entre seus habitantes. Essas singularidades são fenômenos com potencial para atender às necessidades do atual tipo de consumidor, exigente e crítico em relação ao produto turístico oferecido.

O Município de Silveira Martins faz parte da Região Centro-Oeste do Estado do Rio Grande do Sul e integra a Região Central no zoneamento turístico. Sua economia é essencialmente agrária e a atividade turística ativa servirá de incremento ao desenvolvimento da área, seguindo um planejamento criterioso.

## REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### SILVEIRA MARTINS: RESGATE HISTÓRICO E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

A colônia Silveira Martins foi constituída a partir de 1877 no Rio Grande do Sul, por iniciativa do Governo Imperial, para alojar parte dos colonos italianos que chegavam ao país naquele período. O processo é parte da expansão do capitalismo no Brasil e, simultaneamente, da formação do território gaúcho.

Por volta de 1877, teve início a colonização italiana na localidade denominada "Buia", nas terras mais baixas do planalto, próximas a Santa Maria no oeste do Rio Grande do Sul (CARBONI & MAESTRI, 2000). A denominação é uma homenagem a Gaspar Silveira Martins, conhecido como "Sansão dos Pampas" que, na ocasião da imigração, era Senador da República.

Esses italianos e seus descendentes contribuíram significativamente à formação do Rio Grande do Sul, dando nova forma e conteúdo ao espaço geográfico em suas atividades cotidianas. A questão do turismo já seria bastante presente na região, por volta de 1920. O senhor Vitório Dalla Corte, 84 anos, neto de imigrantes, nascido em Silveira Martins em 1918 relata em entrevista à pesquisadora:

A comida e o clima era um atrativo por volta de 1920. Os turistas vinham para o lazer, o descanso e ficavam até dois meses. Havia o hotel Bisognin, o hotel Central, o hotel Pippi e o Siderópolis. Aqui alguns visitavam as filhas no internato do Colégio Bom Conselho, outros descansavam no hotel aproveitando para se distrair jogando bisco, escova, três sete, sinquilha, sólo entre outros. Depois as praias estouraram e o turismo aqui foi diminuindo.

O processo de emancipação da colônia italiana Silveira Martins se deu em 11 de dezembro do ano de 1987, pela lei n.º 8.481, quando deixa de ser o Quarto Distrito de Santa Maria e se municipaliza. A partir daí, assume

os compromissos como município e seu desenvolvimento emerge gradativamente.

O Município de Silveira Martins está situado no centro do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil, entre as coordenadas de latitude 29°38'01" e 29°36'06" Sul em relação ao Equador, e às longitudes 53°39'28" e 53°34'00" Oeste em relação ao Meridiano de Greenwich.

Possui uma população de, aproximadamente 2.571 habitantes, distribuída em uma área de 123 km<sup>2</sup>, deste total 1.044 pessoas se distribuem na zona urbana e 1.527 na zona rural (IBGE, 2002). A densidade demográfica é de 20,9 Hab/Km<sup>2</sup>.

Hoje 80% de sua economia está voltada para as atividades agropecuárias, basicamente o cultivo de batata, uva, feijão, arroz, fumo e soja, além da criação de bovinos. Nos setores comercial, industrial e de serviços apenas 20% da população participa, enquanto que o setor turístico passa por um processo de renovação tendo em vista a disponibilidade de atrativos de categoria natural, artístico, histórico e cultural.

#### COMPREENSÃO DO TURISMO

A OMT (Organização Mundial do Turismo) traz um conceito para o turismo bastante sintético, o qual é aceito internacionalmente: "Soma de relações e de serviços, resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário, motivado por razões alheias a negócios ou profissionais" (MOESCH, 2000, p.14).

Moesch, citada em GASTAL (2002, p. 31), propõe novas categorias de análise do fenômeno turístico, às quais refletem o caráter de abrangência:

O real do turismo é uma amálgama na qual tempo, espaço, diversão, economia, tecnologia, imaginário, comunicação, diversão e ideologia são partes de um fenômeno pós-moderno, em que o protagonista é o sujeito, seja como produtor ou consumidor da prática social turística.

Diante das definições propostas cabe dizer que, em função dos deslocamentos dentro dos espaços mundiais, convencionou-se chamar de turismo a integração entre as pessoas e suas ações no espaço, às quais se dão por motivos de lazer, alheios ao trabalho. O elemento, que define a razão de existência do turismo, realizando deslocamentos, é chamado de turista, e de acordo com BAPTISTA (1997, p.34):

Não é fácil definir turista, pois trata-se da actuação de um indivíduo em viagem cuja decisão foi tomada

com base em percepções, interpretações, motivações, restrições e incentivos e representa manifestações, atitudes e atividades, tudo relacionado com fatores psicológicos, educacionais, culturais, étnicos, econômicos, sociais e políticos.

O lugar, objeto ou o acontecimento que desperta interesse motivando o deslocamento de pessoas é chamado de atrativo turístico. Os atrativos turísticos, também conhecidos como recursos turísticos por alguns autores, são subdivididos em cinco categorias universais. BENI (1998) classifica-os como atrativos naturais, nos quais não houve intervenção do homem, ainda que ele possa a qualquer momento modificá-lo e atrativos histórico-culturais, manifestações sustentadas por elementos materiais.

Ainda são atrativos as manifestações e usos tradicionais e populares específicas do local, as realizações técnicas e científicas contemporâneas e os acontecimentos e eventos programados. Os atrativos turísticos, quando somados a uma dinâmica sociocultural de produção, serviços, relações sociais e meio ambiente, formam o chamado produto turístico (MOESCH, 2000).

A infra-estrutura é um importante fator para o apoio do produto turístico, ela é a base material, o conjunto de edificações, obras e serviços públicos que garantem o mínimo conforto BARRETTO (1995). Constituem a infra-estrutura básica urbana as ruas, o esgoto e outros; os equipamentos turísticos, construções que permitem a prestação de serviços turísticos e os equipamentos de apoio como hospitais e locais de entretenimento.

## PLANEJAMENTO TURÍSTICO

O desenvolvimento municipal como um todo ocorre a partir do momento em que são satisfeitas as necessidades básicas da coletividade, como a de infra-estrutura. Não está associado somente ao fator de crescimento e por isso abrange o trabalho, os mercados para os produtos, os recursos humanos empregados e vários outros fatores, advindos de um ordenamento estratégico. Para a atividade turística, também é imprescindível o adequado planejamento, pois:

O planejamento turístico é o processo que consiste em determinar os objetivos do trabalho, ordenar os recursos materiais e humanos disponíveis, determinar os métodos e as técnicas aplicáveis, estabelecer as formas de organização e expor com precisão todas as especificações necessárias para que a conduta da pessoa ou do grupo de pessoas seja racionalmente direcionada para alcançar os resultados pretendidos (CARVALHO, 1976, p.62).

Para HALL (2001), são os problemas, as contrariedades e a esperança em relação ao desenvolvimento que criam o cenário para o planejamento turístico. Este deve ser construído com a comunidade para gerar benefícios bilaterais, pois, “a estruturação das atividades turísticas requer um planejamento com estratégias adequadas ao local e à comunidade e que posicione o fenômeno turístico nas rotinas de planejamento urbano e regional” YÁZIGI (2000, p.89).

Depois de traçado o plano que prevê quais potenciais devem ser trabalhados, o gerenciamento de destinos é um fator fundamental para orientar o ciclo de vida do produto turístico. Um plano estratégico deve prever que o turista quer encontrar no destino segurança, conforto, serviços com qualidade e principalmente acolhimento por parte da população residente.

#### DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO CONTEXTO DO LUGAR

Segundo YÁZIGI et al. (1999), o lugar é produto das relações entre homem e natureza, garantindo a construção de uma rede de significados e sentidos que são tecidos pela história e cultura civilizadora, produzindo a identidade.

Em relação ao turismo, CRUZ (2001, p.7) expõe que o “lugar turístico é uma expressão utilizada tanto para se referir a lugares que já foram apropriados pela prática social do turismo como também a lugares considerados potencialmente turísticos”. Na prática, o turismo confere ao espaço valores nas relações entre os seres humanos e a natureza, sejam eles emocionais ou de consumo.

Quando se realiza um planejamento turístico, voltado para os interesses da comunidade e do visitante, é preciso considerar “se o turismo pode se transformar em um vetor de desenvolvimento, capaz de realizar a passagem para um novo modo de produzir sustentável” (YÁZIGI, 2000). A respeito do que denota o desenvolvimento, podemos inferir que é um processo por meio do qual uma sociedade utiliza sua capacidade produtiva a fim de aumentar em quantidade e em qualidade os bens e serviços disponíveis (RODRIGUES, 1999).

O turismo é um fenômeno que apresenta áreas de dispersão (emissoras), de deslocamento e áreas de atração (receptoras), e nessas se produz o lugar turístico ou se reformula o que havia anteriormente e também nela se dá o consumo do espaço, reconfigurando a dinâmica do desenvolvimento.

O desenvolvimento está atrelado às condições impostas pela natureza e pelo homem, e a complexidade da atividade turística inclui, internamente, o lugar cada vez mais como objeto, produto e mercadoria, redefinindo o sentido daquele no plano da prática social. Pode-se afirmar que o lugar configura a fonte, o recurso, o suporte e meio no sentido da produção-reprodução do turismo.

## O CARÁTER DA SUSTENTABILIDADE TURÍSTICA

Atualmente a sustentabilidade está agregada às ações desenvolvimentistas voltadas à cultura, ao meio ambiente e à economia, para não prejudicar a regeneração e produtividade futura desses recursos. O turismo praticado com sustentabilidade insere benefícios na qualidade de vida da comunidade visada, na satisfação da expectativa do turista e em um ambiente protegido.

As características que conferem ao meio ambiente e as relações do homem, ser social e econômico, a chamada sustentabilidade, podem ser explicadas como segue:

A sustentabilidade do ambiente assegura a compatibilidade do desenvolvimento com a manutenção dos processos ecológicos essenciais, bem como com a diversidade e recursos biológicos. A sustentabilidade social e cultural assegura que o desenvolvimento aumenta o controle das pessoas sobre as suas vidas, é compatível com a cultura e os valores morais do povo por ele afetado e que mantém e fortalece a identidade da comunidade. A sustentabilidade econômica assegura que o desenvolvimento é economicamente eficaz e que os recursos são geridos de modo que possam suportar as gerações futuras (GUT 1999, p.24).

Diante das dimensões do turismo, a sustentabilidade busca a “configuração rural urbana mais equilibrada que se estabelece em uma rede de reservas da biosfera, para proteger a diversidade biológica, e, ao mesmo tempo, ajudar a população local a viver melhor” (VIEIRA & WEBER, 1997, p.70).

As posturas ambiental, sociocultural e econômica corretas permitem que o turismo seja uma vantagem para o município, produzindo a sustentabilidade dos fatores turísticos, assegurando o crescimento e um acelerado processo em direção ao desenvolvimento de todo o município de Silveira Martins.

## METODOLOGIA

O presente trabalho, baseado no método dedutivo, partiu da questão geral do turismo para um estudo particular do Município de Silveira Martins. Desenvolveu-se em etapas sucessivas as quais permitiram melhor desenvolvimento dos trabalhos.

A fase inicial constituiu-se do aprofundamento teórico-metodológico, em busca de delimitar o marco teórico da investigação via consulta biblio-

gráfica em livros, revistas, jornais, prospectos e Internet. Para tal resgatou-se conceitos básicos como: turismo, turista, atrativos turísticos, produto turístico, infra-estrutura turística, planejamento turístico, lugar, desenvolvimento turístico, sustentabilidade. Definida a linha teórica executou-se o recorte espacial e se delimitou as áreas a serem estudadas no município.

A segunda fase deteve-se na obtenção de informações de fontes primárias e secundárias. As fontes primárias consistiram no trabalho de campo e as fontes secundárias basearam-se em entrevistas dirigidas e informais qualificadas através da aplicação de questionários. Por meio dos questionários, obtiveram-se os resultados referentes à conscientização da população local em relação ao turismo.

Na terceira fase, estabeleceu-se uma avaliação referente aos atrativos turísticos, seguida de um diagnóstico referente à infra-estrutura dos mesmos. Logo após, os atrativos turísticos foram caracterizados de acordo com a divisão de classes universais de atrativos.

Para as propostas de intervenção, utilizaram-se os critérios adotados por Jost Krippendorf, citado em GASTAL (2002), que propõe princípios básicos para o desenvolvimento: qualidade, turismo compatível com meio ambiente e sociedade, objetivos exequíveis, planejamento de uso do solo, infra-estrutura, defesa do meio ambiente, fortalecimento da agricultura, expansão de áreas de atividades econômicas, preservação da cultura local, marketing, propaganda e publicidade.

Adotou-se, também, o modelo teórico referencial de Beni, em GASTAL (2002), entre os quais está a preservação de bens culturais, proteção jurídica do patrimônio histórico-cultural e animação turística.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Obedecendo aos objetivos desta pesquisa, identificaram-se os atrativos turísticos do Município, pelo reconhecimento em campo, de trabalhos preexistentes e entrevistas preliminares com informantes qualificados.

Considerando a entrevista realizada, verificou-se que 100% dos entrevistados é favorável à difusão do turismo no município, pois trará benefícios de ordem econômica, sociocultural, natural, de promoção e marketing e, ainda, benefícios políticos. A comunidade observa que existem deficiências variadas na preparação para receber os turistas, mas alerta que Silveira Martins já conta com demandas.

Identificaram-se vários atrativos disponíveis para o crescimento do turismo, os quais foram classificados em classes de acordo com suas características, demonstradas na tabela 1. Apenas vinte e quatro por cento (24%) desses atrativos estão na zona urbana, os demais (76 %) localizam-se na zona rural, o que confirma a abrangência do setor primário no Município.

Constatou-se que todos os atrativos naturais localizam-se na zona rural, e, na maioria desses atrativos, há falhas nos componentes recursos humanos, serviços e infra-estrutura (o que configura o chamado de produto turístico), trazendo limitações à disponibilidade turística. Os atrativos artísticos, históricos e culturais estão em permanentes mudanças para agregar melhorias nos componentes do produto, e já são os mais conhecidos e visitados.

**Tabela 1:** Atrativos turísticos do Município de Silveira Martins subdivididos de acordo com as classes de atrativos.

<b>CLASSES DE ATRATIVOS – ATRATIVOS NATURAIS</b>	
Cascata do Mezzomo – PR - ZR	Vista Panorâmica da Pedra do Guerino – PR - ZR
Cascata da Linha Um Sul – PR - ZR	Vista Panorâmica das Pedras Brancas – P - ZR
Cascata da Neuza Rosa – PR – ZR	Buraco do vento – P - ZR
Balneário Recanto Ágape – PR - ZR	Chácara Santa Eulália (Turismo Rural) – PR - ZR
<b>CLASSES DE ATRATIVOS - ATRATIVOS ARTÍSTICOS, HISTÓRICOS E CULTURAIS</b>	
Restaurante La Sorella – PR - ZU	Monumento ao Imigrante Italiano – P - ZR
Restaurante Val de Buia – PR – ZR	Museu Silveira Martins – P - ZU
Restaurante e Galeteria Quarta Colônia – PR - ZU	Praça Garibaldi – P – ZU
Café Colonial Fundo de Quintal – PR - ZU	Igreja Matriz Santo Antonio de Pádua – P - ZU
Moinho do Moro – PR - ZR	Santuário Nossa Senhora da Pompéia – P - ZR
Monumento do Sol – P - ZR	Santuário Nossa Senhora da Saúde - P - ZR
	Capela Santo Anselmo – P – ZR

**Fonte:** Pesquisa de campo realizada pela autora.

**Legenda:** P – atrativos de caráter público; ZR – zona rural; PR – atrativos de caráter privado; ZU – zona urbana.

## CONCLUSÕES

Com o objetivo de trabalhar com as deficiências do Município e torná-las futuros benefícios para o turismo, aproveitando os atrativos turísticos, a

infra-estrutura e os serviços existentes, propõem-se intervenções para o turismo no município de Silveira Martins/RS.

O Município está com o turismo em ascensão, está agregando valores à atividade gradativamente. Ainda é carente de infra-estrutura, de alguns recursos humanos especializados e de certos serviços, necessitando do aporte do Município de Santa Maria que nem sempre é capaz de contemplar boa parte das necessidades do turista.

Caberá discutir as diretrizes abaixo sugeridas quando em situação de implante, o que não vem ao caso nesta pesquisa, pois serve de base não somente ao município abordado, mas a outros com características semelhantes.

Inicialmente, aborda-se o ordenamento urbano e paisagístico, de acordo com Krippendorf, citado em GASTAL (2002):

1. Aumentar a qualidade e não a quantidade de crescimento. Necessidade de uma intervenção reguladora, por meio do desenvolvimento integrado das esferas econômica, social e ambiental.
2. A fauna e a flora devem ser mantidas sem excessos na capacidade de suporte, por isso com controle sobre visitantes, para que não haja depredação e não desfaça interesse de moradores.
3. Definir os objetivos de desenvolvimento exequíveis por meio de um diagnóstico dos recursos turísticos existentes no município, de suas condições e das necessidades, para formatá-lo como produto turístico.
4. Manter o controle da terra e do solo, buscar uma política ativa de planejamento e uso do solo, ou seja, defesa da propriedade produtiva, para que esta mantenha seu trabalho com vista no turismo para complemento e não motivo de sobrevivência.
5. Infra-estrutura – cuidar do acesso, limpeza, sinalização, iluminação, arborização, transporte, comunicação, aspectos essenciais para os moradores e então para os turistas.
6. Defender o meio ambiente, ou seja, defender as áreas naturais, em que o homem não interveio, para que estas se mantenham inalteradas, servindo de atrativo natural para o turista.
7. Fortalecer a agricultura, assim o turista pode participar e verificar os processos, ainda, rudimentares em certas propriedades.
8. Expandir áreas de atividades econômicas pelo subsídio por parte do município aos pequenos empreendimentos que beneficiem o turismo e a comunidade, tornam as áreas mais produtivas, geram empregos e impem o êxodo rural.
9. Preservar a cultura local para gerar incentivos, que resgatem as partes dessa que estão se perdendo em função da idade avançada de mui-

tos moradores. Seria interessante promover a integração entre comunidades vizinhas para reforçar esta meta.

10. Utilizar o marketing, a propaganda e a publicidade com matérias nos jornais como A Razão, Diário de Santa Maria, O jornal da quarta colônia e outros de expressão em nível local.

De acordo com BENI (1998), propõe-se:

1. Política de preservação dos bens culturais, pelo restauro e tombamento da arquitetura, dos objetos de valor social e histórico e, da reflexão por parte da comunidade do valor de sua cultura, para que não haja abandono ou destruição dos bens por ela produzidos.
2. Proteção jurídica do patrimônio histórico-cultural, e não só desses, mas a criação de uma lei de diretrizes e bases para o desenvolvimento turístico municipal.
3. Animação turística, por meio do fomento ao lazer e entretenimento para gerar alegria, movimento e entusiasmo aos moradores e turistas.

Os dados levantados ainda permitem inferir:

- Inventário turístico do Município; - Educação para o turismo, trabalhando a população local a partir das escolas; - Facilitar a instalação de agências de turismo receptivo; - Criação de um calendário de eventos locais e regionais; - Capacitar os recursos humanos da localidade para que adquiram um nível de instrução compatível para o bom atendimento ao turista, desempenhando qualidade e eficiência nos serviços; - Criação de material de divulgação, na forma de folders, cartões postais.

- Confecção de roteiros turísticos de acordo com as necessidades e interesses de aproveitamento de atrativos; - Centro de informações turísticas, com telefone, e-mail e material de divulgação à disposição; - Gerenciamento de informações por meio da criação de um banco de dados informatizado para que todas as pessoas interessadas tenham acesso às informações turísticas nele contidas.

A maior importância das intervenções antes propostas reside no fato de que o turismo planejado, à primeira instância, é um desejo da comunidade autóctone e em um segundo momento, é um incremento à geração de emprego e renda. Atualmente, faz parte das políticas municipais de desenvolvimento com algumas ações do poder privado e da comunidade em geral. Esta pesquisa não esgota a possibilidade de novas propostas que venham melhorá-la, tendo em vista que o turismo é uma atividade dinâmica e inovadora.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- BARRETTO, M. 1995. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 5.ed. Campinas, São Paulo: Papirus. 164 p. (coleção turismo).
- BAPTISTA, M. 1997. **Turismo competitividade sustentável**. Lisboa, Portugal: Editora Verbo. 617 p.
- BENI, M. C. 1998. **Análise estrutural do turismo**. 5. ed. São Paulo: Senac. 516 p.
- CARBONI, F.; MAESTRI, M. 2000. **Raízes italianas do Rio Grande do Sul**. Passo Fundo: UPF. 177 p.
- CARVALHÔ, H. M. 1976. **Introdução à teoria do planejamento**. São Paulo, Editora Brasiliense.
- CRUZ, R. de C. A. da. 2001. **Introdução à geografia do turismo**. 1. ed. São Paulo: Roca. 107 p.
- GASTAL, S. (org.). 2002. **Turismo: investigação e crítica**. São Paulo: Contexto. 110 p.
- GUT, M. A. (org.). 1999. **Desenvolvimento de projetos turísticos**. São Paulo: CEETPS. 92 p.
- HALL, C. M. 2001. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto. (coleção turismo Contexto). tradução Edite Sciulli. 296 p.
- IBGE. 2002. **Censo 2000**. Disponível em <http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 14 set.
- MOESCH, M. 2000. **A produção do saber turístico**. 1. ed. São Paulo: Contexto. 140 p.
- MOESCH, N. M. 1999. **Turismo: fenômeno social e processo produtivo**. 20 f. Notas de aula.
- RODRIGUES, A. B. (org.). 1999. **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 2. ed. São Paulo: Hucitec. 274 p.
- VIEIRA, P. F.; WEBER, J. 1997. **Gestão de recursos renováveis e desenvolvimento: novos desafios para a pesquisa ambiental**. 1. ed. São Paulo: Cortez. 500 p. tradução Anne Sophie, Christilla de Lassus.
- YÁZIGI, E; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. de C. A. da. 1999. **Turismo, espaço, paisagem e cultura**. 2.ed. São Paulo: Hucitec. 241 p.

YÁZIGI, E. 2000. **Roteiro básico para incorporação do turismo nas rotinas municipais.** Revista Espaço e Geografia, Brasília, n.1, p. 87-95, semestral, 1999.