

## **Por uma afirmação da categoria de lugar na geografia do turismo**

*Leandro Forgiarini\**

**Resumo:** Em face da complexidade representada pela categoria de lugar, o enfoque geográfico, e também de outras tantas áreas do conhecimento, visa abranger um entendimento acerca das especificidades que comportam as dimensões concretas e simbólicas do lugar. Por estar intimamente ligada às relações humanas, a categoria de lugar surge bem no centro das discussões propostas pelos Geógrafos Humanísticos. Desta conjuntura, entre o lugar e a Geografia Humanística, faz-se o enlace para uma abordagem dos lugares do turismo e, mais do que isso, para que se estabeleça uma afirmação da categoria de lugar na Geografia do Turismo. Além de serem levados em consideração os arranjos espaciais físicos, os lugares do turismo são melhor entendidos se a dimensão simbólica for elevada à esfera das experiências emocionais. Esta concepção está representada nos vínculos de afetividade desenvolvidos entre o turista e o lugar, algo que se assemelha ao que os Geógrafos Humanísticos chamam de “topofilia”: o amor pelo lugar.

**Palavras chave:** Lugar, Geografia do Turismo, Geografia Humanística, Topofilia.

### **Localizando a categoria de lugar**

Para muitos animais, os lugares estão relacionados a uma estratégia de sobrevivência e conservação da espécie. Entretanto, para o homem, os lugares são como partes multifuncionais do espaço, que ganham vida nas experiências do cotidiano. A noção de lugar humano é extremamente complexa, porque os lugares do homem podem ser espacialmente representados em escala física, mas, também, nos arranjos simbólicos.

À medida que o ser humano intensifica as experiências vividas nos lugares, seja de moradia, trabalho ou lazer, ativam-se os sentimentos de pertença e afetividade, bem como os seus pares opostos, que podem ser entendidos como estranhamento e rejeição.

---

\* Universidade de São Paulo – USP. E-mail: leandrof@usp.br

O Geógrafo Humanístico Yi-Fu Tuan escreve sobre o que denominou de “topofilia”, ou seja, os vínculos de afinidade que se instalam a partir das experiências do sujeito em determinado lugar. Ou, simplesmente, “o amor humano pelo lugar” (TUAN, 1980, p.106).

De acordo com Tuan (1980, p.286), a topofilia varia em amplitude emocional e em intensidade, além de estar relacionada, entre outros, aos prazeres visuais efêmeros, ao deleite sensual do contato físico ou, simplesmente, ao apego pelo lugar através do orgulho de posse ou de familiaridade. Assim, o “neologismo” topofilia é usado por Tuan para explicar os laços sentimentais que unem o homem ao seu lar.

Mello (1990, p.102) escreve que os Geógrafos Humanísticos entendem que o lugar é o lar, um ponto de referência. Logo, essa aliança pode ser representada por uma rua, um bairro, uma cidade, ou, ainda, pela pátria natal. Na visão humanista de Tuan, a força da experiência caracterizada pelo conceito de topofilia está arraigada ao passado e/ou ao presente da vida do indivíduo.

Não só na Geografia, como também em muitas outras áreas do conhecimento, as abordagens teóricas a respeito do conceito e do sentido de lugar são diversificadas. Os enfoques se complementam e/ou se contrapõem, mas, sobretudo, agem para a construção do entendimento das especificidades do lugar. E é em favor das variações dessa temática, que se propõe o breve panorama apresentado a seguir.

Inicialmente, os estudos de Castells (2003, p.512) apontam que “um lugar é um local cuja forma, função e significado são independentes dentro das fronteiras da contigüidade física”. Para o autor, o lugar se localiza entre a casa e o mundo, mas nem todos apresentam interação social e riqueza espacial, porque são as diferenças nas qualidades físicas e simbólicas, ou seja, as suas particularidades, que os caracterizam como lugares.

Castells (2003, p.517) explica que as pessoas ainda vivem em lugares, mas que estes estão segmentados em razão da organização do poder e da função, em espaços de fluxo. Em decorrência dessa condição, o autor aponta que os lugares perdem a capacidade de relacionarem-se uns com os outros, além de ficarem impossibilitados de compartilhar os seus códigos culturais. Da mesma forma, o significado e a dinâmica dos lugares são modificados pela lógica estrutural dos espaços de fluxos, os quais dominam a sociedade em rede analisada por Castells.

De fato, para Massey (2000, p.185), o sentido de lugar deve ser compreendido a partir de suas ligações com outros lugares. Entretanto, seguindo um caminho inverso ao de Castells,

a autora alerta para a falta de uma “consciência global do lugar”, que não negaria a importância das suas especificidades, mas reiteraria a sua história acumulada.

Massey propõe que se repense o sentido de lugar numa perspectiva progressista, a fim de adaptar-lhe à era da compressão de tempo-espaço. A “interpretação alternativa do lugar”, feita por Massey (2000, p.184), indica que não é uma história longa e internalizada que dá a um lugar a sua especificidade, mas o conjunto particular de relações sociais que agem na construção desse espaço.

A abordagem de Massey (2000, p.184) desvela “um sentido de lugar que é extrovertido”, em que a integração entre o global e o local pode ser entendida de maneira positiva. Por fim, seguindo a análise progressista do lugar, Massey aponta que os lugares são processos que não precisam ter divisões demarcatórias (fronteiras), mas que estão cheios de conflitos internos e, portanto, não têm identidades únicas ou singulares.

De forma bastante prática, Bourdieu (1999, p.160) define o lugar como o “ponto do espaço físico onde um agente ou uma coisa se encontra situado”. Este enfoque refere-se à dimensão da localização e do posicionamento e vincula-se à “análise das relações entre as estruturas do espaço social e do espaço físico” (BOURDIEU, 1999, p.159).

Bourdieu sustenta a ideia de que a estrutura física do lugar é definida pela exterioridade das partes que o comporta, e nela se distribuem os arranjos sociais justapostos que caracterizam o lugar enquanto “espaço social”. Evidentemente, Bourdieu ressalta a importância do plano simbólico do lugar, já que “o espaço social encontra-se inscrito ao mesmo tempo nas estruturas espaciais e nas estruturas mentais” (BOURDIEU, 1999, P.163).

Por sua vez, Augé (2007) escreve a respeito do “lugar antropológico” e dos “não-lugares”. Numa esfera que oscila entre o simbólico e o concreto, o lugar antropológico tem a consistência do espaço sagrado e a representatividade histórica das relações humanas que ali se desenvolvem. Para Augé (2007, p.44), o lugar antropológico é, sobretudo, o lugar inventado por todos aqueles que o reivindicam enquanto tal. De escala variável, esse é o lugar que pode ser definido como identitário, relacional e histórico (AUGÉ, 2007, p.73). Em contrapartida, Augé explica que a ausência dessa tríade o distinguirá como um “não-lugar”.

Por se tratarem de espaços que servem “apenas” às suas finalidades, sem integrar outros lugares, Augé (2007, p.95) afirma que os não-lugares “não criam nem identidade singular e nem relação, mas solidão e similitude”. Nessa esfera, diferenciam-se da concepção de lugar antropológico.

Assim, por conta de toda a ambigüidade do conceito trabalhado por Augé, o termo não-lugar sugere inúmeras interpretações e, inclusive, reinterpretações. Ao ser apropriado pela Geografia, o uso dessa polêmica terminologia colocou em risco uma abordagem verdadeiramente geográfica do lugar. A carga de negação que acompanha o lugar da “supermodernidade”, outrora introduzida por Marc Augé, acarreta à Geografia um efeito Uróboro<sup>2</sup>: a rejeição da sua própria fonte de discernimento.

É a consistência física atribuída ao lugar geográfico, que não pode ser sobrepujada pela dimensão simbólica do não-lugar antropológico, que existe, mas que “nunca se realiza totalmente” (AUGÉ, 2007, p.74).

A partir da perspectiva geográfica das “multiterritorialidades”, Haesbaert (2006) explica que estes espaços chamados de “não-lugares” são, na verdade, espaços de reterritorialização para muitas pessoas. Com isto, Haesbaert (2006, p.253) está se referindo à “elite dos grandes *businessmen* que aparentemente circulam pelos quatro cantos do planeta”. Este exemplo se aproxima bastante do exemplo de Augé, apresentado nas primeiras páginas de seu livro sobre os não-lugares. No entanto, para Haesbaert, os lugares “asépticamente” dispostos a comportar a mobilidade física dos “*businessmen*”, são lugares que podem ser compreendidos a partir da reterritorialização, pois a maioria dessas pessoas desenvolve uma aguda percepção do território global, os “territórios em rede” (HAESBAERT, 2006, p.254).

Convém destacar a aproximação do posicionamento de Haesbaert à abordagem progressista feita por Massey, a qual defende o sentido extrovertido de lugar global. O enfoque dado por Haesbaert à re(des)territorialização, expõe as múltiplas significações de “processos complexos que exigem um olhar muito mais cuidadoso” (HAESBAERT, 2006, p.253) e, por conseguinte, menos precipitado.

Mello (1990, p.102), caracterizando uma típica abordagem humanista da Geografia, explica que o lugar está recortado emocionalmente nas experiências cotidianas. Nessa mesma perspectiva, Holzer (1993, p.127) escreve, ao recordar o Geógrafo Edward Relph, que compreender o lugar a partir das experiências cotidianas pode ser uma maneira de deter a marcha da Geografia dos não-lugares. Dessa forma, a Geografia Humanística se apresenta como uma das alternativas possíveis para quem pretende sair em defesa da afirmação dos lugares.

---

<sup>2</sup> Símbolo em que uma serpente, ou um dragão, aparece devorando a própria calda.

## **Os lugares do turismo, e o turismo em seu lugar!**

Da mesma maneira que a Geografia apropriou-se do termo não-lugar como um conceito a ser aplicado aos lugares sem identidade e interação com os demais lugares, pode-se afirmar que o turismo tem sido visto, principalmente pelos geógrafos, como um dos principais responsáveis pela produção desses não-lugares.

Ainda no ano de 1994, Rodrigues (1997, p.25) escreveu sobre a relação dos não-lugares com um turismo globalizado. O pioneirismo do tratamento dado ao tema serviu para refletir sobre o turismo às margens do terceiro milênio. Mais do que isso, serviu para que se pensasse uma nova óptica espacial para a atividade turística, que, cada vez mais, negava a autenticidade dos lugares e acelerava a reprodução de lugares artificiais. Passados mais de dez anos da publicação original do texto escrito por Rodrigues, muitas de suas reflexões se configuraram como prenúncios ao que estava por vir, devido à atualidade do tema ainda nos dias de hoje. Outras, porém, demonstram que a história do pensamento científico corresponde a um processo cíclico e, assim, a Geografia atualizou-se frente à realidade do novo século.

Dessa forma, os “não-lugares” e os lugares virtuais interpretados por Rodrigues no século passado, já podem ser reinterpretados no contexto da contemporaneidade. Como indicado anteriormente, através da abordagem apresentada por Haesbaert, numa perspectiva territorial os não-lugares perdem efeito na análise geográfica. Entretanto, continuam populares entre as reflexões ocorridas na Geografia do Turismo.

Para Cruz (2007, p.15), o conceito de não-lugar realmente popularizou-se entre os Geógrafos que estudam o fenômeno turístico. Mas a autora aponta que os não-lugares refletem uma contraposição ao lugar antropológico observado por Augé, e distanciam-se do lugar compreendido pela Geografia. Cruz complementa, ainda, que o lugar geográfico se aproxima muito mais da definição de lugar antropológico do que do conceito de não-lugar.

Sobre a relação dos não-lugares com os lugares turísticos, Carlos (1996, p.28) escreve que “o espaço produzido pela indústria do turismo perde o sentido, é o presente sem

espessura, quer dizer, sem história, sem identidade; neste sentido é o espaço vazio. Ausência. Não-lugares”.

A autora alerta que o seu posicionamento foi baseado, inicialmente, em suas “sensações” enquanto turista numa viagem pelo Havaí. São sensações que levam a crer que o turismo e os turistas fazem parte de um cenário, onde tudo é controlado e voltado ao espetáculo, e que o lugar é, ele mesmo, uma mercadoria (CARLOS, 1996, p.26).

De fato, a lógica ditada pelo modo de produção capitalista soube moldar a atividade turística de acordo com um sistema de mercado exacerbado. Mas essa lógica atua em meio à sociedade de consumo como um todo e, pela mesma razão, também transforma outras tantas práticas de vida em mercadoria.

O modelo da atividade turística, voltado à sociedade capitalista, foi erguido sob os pilares da “indústria do turismo” e, nessa ótica, a viagem perdeu o seu caráter contemplativo, característico das experiências humanas, tornando-se justificativa para as práticas meramente consumptivas.

A ameaça desse modelo de turismo se estabelece, principalmente, quando o consumo do espaço sobrepõe-se ao consumo produtivo (RODRIGUES, 1997, p.29). Dessa maneira, os lugares/destinos sofrem com a especulação do mercado turístico, o qual segrega os tipos de turistas e de turismo que se é praticado. É neste cenário que os lugares de turismo se transformam em vitrine de consumo e de práticas efêmeras.

Assim, a viagem, idéia essencial da prática turística, deixou de ser compreendida pela descoberta dos lugares e tornou-se motivo de consumo da estética ditada pelos modismos e pela simulação dos espaços, mas, ainda assim, geograficamente localizados.

Castrogiovanni (2007) apresenta uma reflexão sobre o “entre-lugar turístico” que, segundo o autor, trata-se de um subespaço que está situado entre o “lugar do visitante, conhecido, e o lugar/não-lugar visitado, desconhecido” pelo visitante. De caráter simbólico enquanto existência, o “entre-lugar” apresenta uma “densidade representativa a partir da cultura”, referindo-se ao lugar praticado e provisório, que estabelece o sujeito turístico num determinado tempo.

Ainda assim, a noção de “entre-lugar” turístico admite um contexto geográfico para o conceito de “não-lugar”, pois articula os lugares do turista a partir de variações físicas e simbólicas do espaço.

A abordagem feita por Cruz (2007) expõe a perspectiva do termo “pseudo-lugares” como uma alternativa de adequação ao conceito de não-lugares. O termo está mais relacionado à idéia dos simulacros desenvolvida por Baudrillard (1991). Os “pseudo-lugares” seriam compreendidos pelo que lhes concede vida e, também, pelas relações tecidas com os demais espaços à sua volta.

Claramente, termos como “entre-lugares” e “pseudo-lugares” indicam os desdobramentos do conceito de não-lugar trabalhado por Augé, para definir uma contraposição ao lugar antropológico. No entanto, tentar compreender a complexidade da categoria de lugares no turismo, a partir da criação, da reprodução e do uso de termos e conceitos, chega a ser uma medida limitadora de uma abordagem essencialmente geográfica.

Caso seja realmente necessário estabelecerem-se dimensões para os lugares do turismo, poder-se-ia então partir da distinção entre lugar turístico e lugar de turismo, ambos sendo lugares da prática turística. O primeiro parece estar fomentado pelo turismo, enquanto base econômica para o seu desenvolvimento, e o segundo, devido ao seu potencial de atratividade, aparece como uma alternativa, inclusive, para a prática do turismo.

Os aeroportos, clássicos exemplos de não-lugares, são, acima de tudo, lugares turísticos. Estão destinados, principalmente, à passagem de quem está em viagem, turistas ou não. Mas, também, têm inúmeras outras utilidades, servem para o lazer da população local (há aeroportos com cinemas, salas de jogos eletrônicos, cyber, restaurantes, etc.), para o comércio de diversos produtos, e como vínculo empregatício para muitas pessoas. Ainda assim, são lugares de passagem para a grande maioria que os percorrem, são pontes que ligam cidades e países, uns aos outros. Dessa maneira, o aeroporto está intimamente vinculado às viagens e ao turismo, são lugares turísticos por excelência!

Por outro lado, uma praça, uma rua ou um museu são, antes de mais nada, lugares atrativos, primeiro à população local e depois ao turista, por conta de suas especificidades físicas, humanas e simbólicas. Logo, são lugares possíveis às práticas turísticas, espaços que comportam a espessura do lugar geográfico, pois são vividos e reconhecidos pela identidade que os constituem.

Estes espaços são os que matizam a vida cotidiana de uma cidade, são os lugares da comunhão social. Isto não quer dizer que os lugares turísticos, como aeroportos, hotéis e parques temáticos, também não o sejam, mas esses não são prontamente identificados pela população como lugares do dia-a-dia, a não ser para uma reduzida parcela.

Entende-se, no entanto, que o ponto crítico do que foi colocado refere-se à possibilidade do lugar, onde a atividade turística aparece como uma das possibilidades de exploração econômica, transformar-se num lugar exclusivamente turístico. Isto ocorre quando o lugar, espaço da convivência, sofre uma apropriação pelo turismo e é transformado em cenário de “consumo” para turistas.

Deste modo, perdem-se os referenciais de vida do sujeito que vive o cotidiano do lugar, e as especificidades do lugar transformam-se em especificidades criadas para o turismo. Assim, desenvolver conceitos que expressem e caracterizem o lugar turístico não chega a representar uma alternativa factível para o seu entendimento. Negar-lhes a espacialidade não traduz a sua falta de identidade, mas a sua inexistência enquanto parte do espaço que o comporta.

Geograficamente, o lugar não se sustenta com uma negação prefixada, e é por isso que sair em defesa da afirmação dos lugares do turismo se constitui como uma estratégia para se pensar o espaço de maneira dinâmica, vívida e emocional. Assim, o lugar do turista pode se transformar no lugar da topofilia, no amor pelo lugar.

### **Sobre os lugares do turismo, dos viajantes e dos poetas.**

A diversidade das experiências obtidas num lugar de turismo é grande demais para que o turista permaneça preso, apenas, à fruição consumista do espaço. Muitos turistas, com alma de viajantes, ligam-se aos lugares de maneira intensa, apaixonam-se perdidamente por um lugar ou, na mesma proporção, rejeitam-no por toda a vida. Para estes turistas, que sabem reconhecer a alma do lugar (YÁZIGI, 2001), os lugares tornam-se verdadeiros templos passíveis de experimentação.

Se as “pessoas sonham com lugares ideais”, como propõe Tuan (1980, p.130), elas não sonham apenas com lugares ideais para morar, trabalhar e formar uma família. As pessoas sonham, também, com lugares perfeitos para conhecer em viagens, para desfrutar nas temporadas de férias, descanso e lazer. Acima de tudo, pode-se afirmar que os turistas sonham com lugares-paraísos.

Ao retornar a Londres, de suas viagens, De Botton (2003, p.257) escreve:

Retornei [...] de Barbados, para descobrir que a cidade se recusara, teimosa, a mudar. Eu tinha visto céus de um azul puro e gigantescas anêmonas-do-mar. Tinha dormido num bangalô com telhado de rafia e comido um papa-terra, tinha nadado ao lado de filhotes de tartaruga e lido à sombra de coqueiros. Mas a cidade de origem não se impressionou. Ainda chovia. O parque ainda era um lago só, e os céus, fúnebres. Quando estamos com boa disposição e o dia está ensolarado, é tentador imaginar uma ligação entre o que ocorre dentro de nós e fora de nós, mas a aparência de Londres, quando de meu regresso, era um lembrete da indiferença do mundo a qualquer um dos acontecimentos que pudessem estar se desenrolando na vida de seus habitantes. Senti desespero por estar em casa. Tive a impressão de que poderia haver no mundo poucos lugares piores do que aquele no qual eu estava destinado a passar minha existência.

Na cena descrita por De Botton, Barbados é retratado como um verdadeiro paraíso, mas a cidade de origem do autor é apresentada como um lugar, no mínimo, pouquíssimo atraente para o turismo. Para quem não conhece Londres, mas sonha em conhecer, o cenário criado por De Botton condiz com a aura da atratividade que a capital inglesa exerce sob quem não é de lá. Uma cidade nebulosa, cinzenta, de aparência sóbria e conservadora, mas que, no entanto, está repleta de lugares que exprimem a diversidade cultural do cotidiano dos londrinos.

De Botton, depois de uma viagem de sonhos, estava de volta ao lar e, após mudar de lugar por alguns dias, percebe que na ocasião de seu regresso tudo continuava inalterado, apesar de seus sentimentos terem mudado radicalmente.

Rodrigues (1997, p.28) define que “viajar autenticamente é partir do conhecido ao desconhecido, de dentro para fora, do interior de si mesmo para o exterior do mundo”. Logo, não há dúvida de que a viagem tem um poder transformador, pois são muitos os turistas que viajam e voltam modificados.

De Botton teve sua percepção de mundo alterada a partir das experiências cultivadas em Barbados. A etnografia de sua viagem revelou a impressão de que, provavelmente, existiriam pouquíssimos lugares piores do que Londres para se passar a vida, e poucos lugares melhores para se estar do que Barbados. Ninguém é turista o tempo todo, mas, de fato, quando se “está turista” (YÁZIGI, 2001) por alguns momentos, tem-se a nítida impressão de que o melhor ou o pior lugar do mundo é o que se está visitando.

Luis Fernando Veríssimo (2001, p. 139) escreve que há pessoas que ostentam lugares como ostentam riquezas. Lugares não, “lugarzinhos”! Segundo o autor, aparentemente estes lugares são conhecidos apenas por quem os comenta, são os “especialistas em lugarzinhos”.

Na visão bem humorada de Veríssimo, trata-se daquelas pessoas que estão sempre preparadas para falar sobre um barzinho, um hotelzinho, uma cidadezinha e, até mesmo, um “paizinho” que só eles conhecem a localização.

Descobrir os lugares que passam despercebidos, pelo menos aos turistas mais convencionais, deve ser um dos principais pontos do inventário turístico realizado por qualquer turista-viajante que se preze. Veríssimo reconhece que teve o prazer de visitar, por indicação de amigos especialistas em lugarzinhos, lugares que não estão nos guias turísticos, nem nos caminhos da maioria dos turistas. De fato, os guias turísticos conduzem os turistas aos mesmos lugares que outros já estiveram diversas vezes. Assim, de acordo com Calligaris (2008), convém destacar que “se toda viagem é uma aventura, o melhor guia de viagem deveria ser escrito por nós mesmos”.

Walter Benjamin (2000, p.73) contribui imensamente para o guia do turista-viajante, ao afirmar, em meados do século XX, que “saber orientar-se numa cidade não significa muito”, mas perder-se nela requer instrução. Deste modo, Benjamin (2000, p.195) qualifica a experiência de flunar por Paris como sendo um passeio por um “grande salão de biblioteca atravessado pelo Sena”. Foi folheando as páginas das ruas de Paris, e flanando pelos lugares da metrópole moderna, que Baudelaire as traduziu nas mais intensas experiências poéticas, servindo, posteriormente, aos estudos de Walter Benjamin.

Ler os lugares da cidade, como se lêem as páginas dos livros, não só representa uma opção autêntica de experiência para turistas, como também uma alternativa reveladora para quem pretende estudar os lugares em que as práticas turísticas se desenvolvem.

Para Canevacci (1997, p.14), por exemplo, o “excesso de metropolitanidade” qualifica São Paulo como uma “cidade *patchwork*”, já que a diversidade dos seus lugares dá o tom da complexidade de um todo. Perdido na vertigem, esta é a maneira como o autor retrata o seu contato inicial com a metrópole paulista. Para ele, São Paulo é um exemplo explícito da “cidade polifônica”, podendo ser comparada a um “coro que canta com uma multiplicidade de vozes autônomas que se cruzam, isolam-se ou se contrastam” (CANEVACCI, 1997, p.17).

Sagazmente, Massey (2000, p.183) compara os lugares às pessoas com identidades múltiplas. De fato, a multiplicidade, assim como a polifonia e o polimorfismo, se reflete nos lugares de uma metrópole como São Paulo.

Enfim, uma leitura geográfica dos lugares do turismo tratará de compreendê-los sob a perspectiva de suas especificidades, sem negar-lhes, no entanto, uma adequação espacial.

Logo, a afirmação do lugar na Geografia do Turismo requer um entendimento baseado na complexidade, e não na superficialidade do tratamento dado ao espaço através das interfaces entre a ciência geográfica e o fenômeno do turismo. Nesta óptica, a Geografia se responsabiliza por colocar a categoria de lugar no centro das discussões do turismo, e o turismo por colocar o turista no lugar que ele realmente deveria estar.

## Referências

- AUGÉ, Marc. **Não-Lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. 6ª ed. Tradução: Maria Lúcia Pereira. São Paulo: Papirus Editora, 2007.
- BAUDELAIRE, Charles P. **O pintor da vida moderna**. Tradução: Tereza Cruz. Lisboa: Veja, Limitada, 1993.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Tradutora: Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Editora Relógio d'Água, 1991.
- BENJAMIN, Walter. **Rua de mão única**. 3ª reimpressão (Obras escolhidas; v.2). Tradução: Rubens Rodrigues Torres Filho. São Paulo: Editora Brasiliense, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. Efeitos de Lugar. In: Bourdieu, Pierre; et al. **A miséria do mundo**. Tradução: Mateus S. Soares Azevedo et al. Petrópolis: Editora Vozes, 1999, p.159-166.
- CANEVACCI, Massimo. Sobre o perder-se urbano. In: \_\_\_\_\_. **A Cidade Polifônica**: ensaio sobre a antropologia urbana. 2ª ed. Tradução de Cecília Prada. São Paulo: Estúdio Nobel, 1997, p.13-17.
- CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos. O lugar da geografia no entre-lugar do espaço turístico: uma viagem complexa. Scripta Nova. Revista Eletrônica de Geografia y Ciencias Sociales. IX Coloquio de Geocrítica. Universidade de Barcelona. Vol. XI, nº. 245 (60), Ago. 2007. Disponível em <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-24560.htm> Acesso em: 05 maio 2008.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. O turismo e a produção do não-lugar. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandri; CRUZ, Rita de Cássia Ariza. (orgs.). **Turismo: Espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Editora Hucitec, 1996, p.25-28.
- CASTELLS, Manuel. Espaço de fluxos e espaço de lugares. In: \_\_\_\_\_. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura**. 7ª. Ed. Tradução: Roneide Venancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2003, p.512 – 518.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Geografias do turismo**: de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Roca, 2007.
- DE BOTTON, Alain. **A arte de viajar**. Tradução: Waldéia Barcellos. Rio de Janeiro : Rocco, 2003.
- HAESBAERT, Rogério. Desterritorialização e mobilidade. In: \_\_\_\_\_. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. 2ªed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006, p.235-278.
- HOLZER, Werther. A Geografia Humanista anglo-saxônica - de suas origens aos anos 90. Revista brasileira de Geografia. Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, Rio de Janeiro, v. 55, n. 1, p. 90-109, jan/dez, 1993.
- MASSEY, Doreen. Um sentido global do lugar. In. Arantes, Antonio A. **O espaço da diferença**. Campinas: Ed. Papirus, 2000, p.176-186.

MELLO, João Baptista Ferreira de. A Geografia Humanística: a perspectiva da experiência vivida e uma crítica radical ao positivismo. Revista Brasileira de Geografia. Fundação Instituto Brasileiro de Geografia Estatística – IBGE. Rio de Janeiro, v.52, n. 4, p. 91-114, out/dez, 1990.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

TUAN, Yu-Fu. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. Tradução de Livia de Oliveira. São Paulo: Ed. DIFEL, 1980.

VERÍSSIMO, Luis Fernando. Lugarzinhos. In: \_\_\_\_\_. **A Mesa Voadora**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001, p. 139-144.

YÁZIGI, Eduardo. **A alma do lugar**: turismo planejamento e cotidiano em litorais e montanhas. São Paulo: Contexto, 2001.