

# GEOGRAFIA, TURISMO E A DESTERRITORIALIDADE DOS ATRATIVOS

Vanilde Alves de Carvalho<sup>1</sup>

Giseli Dalla Nora<sup>2</sup>

Milene Maria Motta<sup>3</sup>

Luís da Rosa Garcia Netto<sup>4</sup>

## RESUMO

O presente artigo aborda a relação existente entre a geografia e o turismo e a não territorialidade de seus atrativos. Para entender essa dinâmica de espaço geográfico, espaço turístico e não território, procuramos trabalhar as idéias com uma linguagem simples, abordando autores que trabalham com o tema, bem como, com informações a respeito de como essa relação está sendo desenvolvida em nosso Estado, no qual temos que conciliar os zoneamentos econômicos, ecológicos e turísticos, sem, no entanto, comprometer as relações entre eles, pois a economia de Mato Grosso tem uma relação direta com os aspectos ambientais devido seu perfil produtivo, onde a matéria-prima é orgânica, viva, pulsante e o turismo entra como mediador dessa relação, pois ora seus atrativos são naturais, ora são culturais e econômicos. O fato de lidarmos com um Estado que tem seu território constituído por três biomas, os mais importantes do país, sendo um deles, o Pantanal, como patrimônio da humanidade e ainda parte da floresta Amazônica e do Cerrado, nos oferece alguns privilégios e inclui deveres.

**Palavras-chaves:** Geografia. Turismo. Território. Espaço. Desterritorialidade.

## RESUMEN

El presente artículo abordará la relación entre la geografía y el turismo y lo carácter no territorial de sus atractivos. Para entender esa dinámica de espacio geográfico, espacio turístico y no territorio procuraremos trabajar las ideas con un lenguaje simple abordando autores que trabajan con el tema, y con informaciones al respecto de cómo esa relación esta sendo desarrollada en nuestro Estado, en lo cual te-

1 UFMT - AMM e AMPTUR e-mail: valltour@ibest.com.br/GEEPI- Grupo de Estudos Estratégicos e Planejamento Integrado

2 UFMT e-mail: gizanora@hotmail.com/ GEEPI.

3 UFMT e-mail: milene\_motta@hotmail.com/GEEPI

4 UFMT Prof. Dr. do Depto de Geografia, Coordenador do GEEPI, e-mail: urbanus@terra.com.br /

nemos que conciliar las zonas económicas, ecológicas y turísticas, sin comprometer a las relaciones entre ellas, pues, la economía de Mato Grosso tiene una relación directa con los aspectos ambientales, debido a su perfil productivo, donde la materia-prima es orgánica, viva, pulsante y donde el turismo entra como mediador de esa relación, pues en un momento sus atractivos son naturales, en otro son culturales y económicos. Y el hecho de enfrentarnos con un Estado que tiene su territorio constituido por 03 ecosistemas, que son, los más importantes del país, y siendo uno de ellos el Pantanal patrimonio de la humanidad y además parte de la floresta Amazónica y el Cerrado, nos da algunos privilegios y deberes.

**Palabras-claves:** Geografía. Turismo. Territorio. Espacio. Desterritorialidad.

## Introdução

O estado de Mato Grosso possui uma grande extensão territorial, sendo o terceiro maior da Federação Brasileira. Uma característica que marca este Estado é de possuir uma diversidade natural surpreendente, pois seu território apresenta três biomas bem marcantes: o cerrado, a Amazônia e o pantanal, mas apresenta ainda duas regiões distintas entre si, a área de transição do cerrado para a Amazônia e a segunda a região do Araguaia. O Cerrado é notável por apresentar uma variedade de ervas medicinais, bem como de animais silvestres; na Amazônia, com suas árvores imponentes, o pantanal com seus peixes e suas águas, o Araguaia com suas praias fluviais e a Floresta de Transição que apresenta, ora características tanto do Cerrado quanto da Amazônia, como mostra a figura 1:

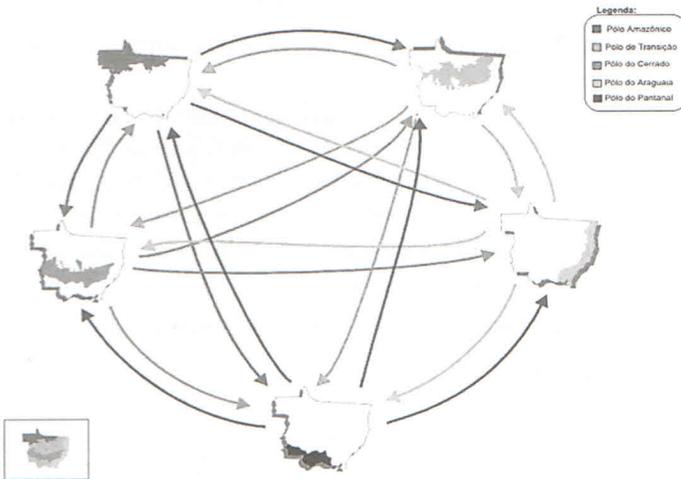


Fig 1: Integração dos espaços turísticos do estado de Mato Grosso

Fonte: Carvalho, 2004.

Com essa diversidade de paisagens, o Estado se destaca com grandes potencialidades turísticas e nesse contexto temos por obrigação entender o que é o turismo e como ele acontece, trabalhando bem esses conceitos, muito utilizados no seu cotidiano, mas sem esquecer também de lidar com conceitos geográficos, pois todos os atrativos, sem exceção, estão inseridos e/ou constituem o espaço produzido e reproduzido pelo homem, ou seja, no espaço geográfico. Pensando assim, ressaltamos a importância de se levar em conta as características geográficas para fins de planejamento e atividades turísticas.

O território turístico é o espaço geográfico onde está contido e desenvolvem-se todas as ações que o turismo enquanto atividade tem com o meio onde é desenvolvido. É por ser uma atividade que se relaciona com inúmeros seguimentos sociais, científicos e econômicos, o turismo estabelece uma maior inter-relação espacial. Especialmente na ordenação do uso desses espaços, os conceitos geográficos podem ser uma ferramenta altamente valiosa e eficaz. A partir das terminologias geográficas da territorialidade é que se planeja o uso turístico de determinadas áreas, sejam elas rurais ou urbanas e/ou naturais ou transformadas, a fim de se possibilitar o desenvolvimento da atividade turística, uma vez que o mesmo é entendido, segundo, Beltrão (1999), como:

O turismo é o conjunto de todas as atividades sociais, culturais, políticas, econômicas e naturais que envolvem pessoas se deslocando através dos mais diversos lugares de origem em busca de outros destinos desconhecidos ou não, com uma permanência temporária.

Segundo Ignarra (1999), citando Oscar de La Torre, turismo é definido como:

Turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivo de recreação, descanso, cultura e saúde saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa ou remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

O turismo, segundo Fennell (2002), é definido como:

O sistema inter-relacionado que inclui os turistas e os serviços associados (facilidades, atrações, transporte e hospedagem) fornecidos e utilizados para auxiliar a movimentação do turista, tal como e concebido pela Organização Mundial do Turismo (OMT). Nesta última ele é definido como uma pessoa que viaja por prazer, por um período de, no mínimo, uma noite e no máximo de um ano para viagens internacionais e seis meses para viagens nacionais, e cujo objetivo principal nos locais visitados não seja o envolvimento em atividades remuneradas.

Teixeira (1999), citando sobre Palermo (1992), abordando sobre a discussão do termo turismo:

Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que dichos desplazamientos no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente ou temporal”. Esse conceito peca, principalmente por excluir uma gama de pessoas que viajam para desenvolver atividades profissionais.

Diante desse fluxo constante sua interdisciplinaridade e seu crescimento nos últimos anos vêm chegando a 10% do PIB mundial, com um crescimento anual de 4% contra 2% da economia mundial, e o eco-turismo a modalidade que mais cresce no contexto, 20% ao ano, segundo a OMT (2004), gerando aproximadamente 4 trilhões de dólares e 700 bilhões em impostos, 10% dos empregos mundiais (275 milhões), 700 milhões de viagens internacionais, 7 bilhões de viagens domésticas, 11.000 jatos voando e 1 bilhão de passageiros transportados (60% dos jatos do mundo lotados pela indústria turística, especialmente os charters) (AMPTUR, 2005). Por tudo isso é que alguns autores denominam o turismo de: “O fenômeno é tão grande que é praticamente impossível expressá-lo corretamente; ocorre em diferentes campos de estudo, em que é explicado conforme diferentes correntes de pensamento e verificado em vários contextos da realidade social.” (BISSOLI, 1999).

## A geografia dos espaços turísticos planejados

A partir de agora, procuraremos entender a dinâmica da relação geográfica e turística, onde as matérias-primas processadas são os atrativos naturais e culturais, distribuídas geograficamente em espaços, que são pensados e planejados de acordo com suas características geográficas, e, para Boullón (2002),

O planejamento físico é uma técnica que pertence às categorias experimentais do conhecimento científico. Sua finalidade é o ordenamento das ações do homem sobre o território, e ocupa-se em resolver harmonicamente a construção de todo tipo de coisas, bem como em antecipar o efeito da exploração dos recursos naturais.

O espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio, mais o empreendimento e a infra-estrutura turística são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país. (p. 17).

Ignarra (1999) define que o planejamento:

Consiste na definição dos objetivos, na ordenação dos recursos naturais e humanos, na determinação dos métodos e formas de organização, no estabelecimento das medidas de tempo, quantidade e qualidade, na localização espacial das atividades e outras especificações necessárias a canalizar racionalmente a conduta de uma pessoa ou grupo. (p. 22).

Ruschmann (2000) define Planejamento Turístico como:

[...] é uma atividade que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis par alcançar objetivos propostos. Ele tem por objetivo o

aprovisionamento de facilidades e serviços para que uma comunidade atenda seus desejos e necessidades. (p. 54).

Ruschmann (2000) acrescenta ainda que:

Planejar e desenvolver os espaços e as atividades que atendam aos anseios das populações locais e dos turistas constitui a meta dos poderes públicos. O planejamento turístico deve abranger não apenas um recurso (ou localidade), mas também o seu entorno. (p. 55).

O planejamento territorial e espacial é imprescindível para o bom ordenamento e uso dos atrativos turísticos, o respeito às condições naturais, culturais e sociais garantem e prolongam a existência dos destinos turísticos, que são compostos pelos atrativos, infra-estrutura e serviços, buscando uma ação conjunta entre a racionalidade e a sensibilidade social, para entender as multifaces existentes e a complexidade de se trabalhar com as variáveis, onde, num único espaço, encontram-se localizados: o natural, que precisa ser protegido e preservado, o artificial, que necessita crescer cultural, social e economicamente (BISSOLI, 1999):

O planejamento turístico é um processo que analisa a atividade turística de um determinado espaço geográfico, diagnosticando seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação mediante o estabelecimento de metas, objetivos, estratégias e diretrizes com os quais se pretende impulsionar, coordenar e integrar o turismo ao conjunto macroeconômico em que está inserido. Deve se entender como uma ação social, no sentido de que vai ser dirigido à comunidade, e racional, na medida em que é um processo que tende a estabelecer uma série de decisões com um alto grau de racionalização. (p. 35).

Ruschmann (2000) afirma que o planejamento turístico, a longo prazo, entende-se a partir da atualidade até o final da capacidade potencial de um empreendimento ou ação, visando ao desenvolvimento de novos produtos.

Quando se pensa em planejar o turismo é necessário pensar nas várias fases do planejamento, na sua aplicabilidade, viabilidade econômica, social e cultural, na sua importância e relevância para a base local, na abrangência, no seu tempo, ou seja, delimitar todas as características desse planejamento. Propondo basicamente chegar a um modelo de planejamento adequado para o desenvolvimento territorial de forma estratégica, partindo do todo para o local. A modalidade atual é o planejamento regional do turismo, onde se busca o agrupamento de regiões homogêneas, com atrativos que se complementam e que se integram, possibilitando a criação de ações entre países, estados e municípios. Beni (2000, p. 24), nos diz que o planejamento regional do turismo:

É um conjunto de pólos de desenvolvimento turístico hierarquizado, unidos por uma infra-estrutura comum que, em sua totalidade, contribuem para dinamizar o desenvolvimento econômico e social de extensas partes [...]. O setor de turismo, que precisa ser sempre expressado e representado em sua complexa totalidade, demanda um tipo de planejamento a que se agrega a palavra integrado, indicando, com isso, que todos os seus componentes devem estar devidamente sincronizados e seqüencialmente ajustados, a fim de produzir o atendimento das metas e diretrizes da área de atuação de cada um dos componentes a um só tempo, para que o sistema global possa ser implementado e imediatamente passar a ofertar oportunidades de pronto acompanhamento, avaliação e revisão.

Para Boullón (2002, p. 60):

Uma das condições que o planejamento regional deve cumprir é que as partes das quais se ocupa abrangam todo território do país. A segunda exigência é que cada região abranja uma superfície que tenha propriedades iguais. Como é impossível dividir, fisicamente, um país em áreas nas quais cada metro seja idêntico ao resto, a idéia de região que os economistas utilizam refere-se às porções do território cujos indicadores econômicos (a produção, o transporte, o comércio etc.) e de desenvolvimento social (a alfabetização, a moradia, a saúde, os salários etc.) são similares.

Essa tem sido a postura da Política Federal, via ministério, para o desenvolvimento e o planejamento territorial do turismo em nosso país. Após a criação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil do Ministério do Turismo, criado em 2004, o território brasileiro foi dividido em 05 macrorregiões turísticas: Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro-Oeste, que são compostas pelos Estados brasileiros e cada um deles contando com sua divisão turística, a que poderemos chamar de mesorregiões. Em alguns Estados essa divisão é chamada de vales, regiões, áreas e pólos, como é o caso do estado de Mato Grosso, que está dividido em 04 grandes regiões turísticas: pólo da Amazônia, pólo do Cerrado, pólo do Pantanal e pólo do Araguaia.

Para alcançar os objetivos do programa e regionalizar o turismo, as regiões turísticas são divididas em roteiros integrados, compostos pelos municípios e, em algumas regiões, esses roteiros são chamados de circuitos e rotas, como é o caso do roteiro integrado do pólo do Cerrado, no médio norte mato-grossense – rota das águas termais e do turismo de aventura, envolvendo 04 municípios: Campo Verde, Dom Aquino, Jaciara e Juscimeira, onde os atrativos naturais e culturais se complementam, possibilitando o desenvolvimento de ações estratégicas e integradas.

O estado de Mato Grosso está adotando como forma de integrar os pólos, a criação de microrregiões turísticas dentro das mesorregiões, ou seja, uma subdivisão dos pólos, para, por fim, chegar aos roteiros e aos municípios, partindo do menor para o maior, estruturando as bases municipais. Em seguida as microrregionais, onde surgiram os roteiros, e as meso, que são os pólos que configuram o Estado como um todo (MATO GROSSO, 2003).

Como podemos verificar na figura 2 a seguir:

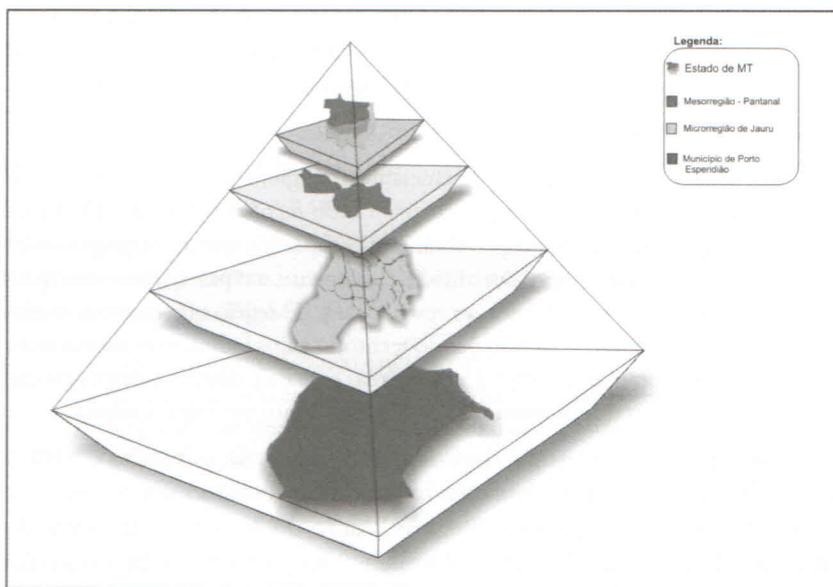


Fig. 2: Representação da descentralização do ordenamento dos espaços turísticos.

Fonte: Carvalho, 2004.

Esses são, portanto, os espaços turísticos de Mato Grosso que estão sendo trabalhados dentro de políticas específicas que visa transformar os atrativos e potenciais em produtos, através do programa de regionalização turística. O programa de regionalização do turismo – Roteiros do Brasil é um programa do Governo federal, criado pelo Ministério do Turismo e lançado em abril de 2004, que tem como objetivo o desenvolvimento ordenado e integrado do turismo em todo o país, através da criação de roteiros integrados dentro das regiões turísticas do Brasil. Para tanto, utilizando a divisão geopolítica do território nacional, constituída pelas macrorregiões: Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul e, em seguida, a subdivisão em Estados os quais comporiam roteiros integrados dentro de suas macrorregiões, envolvendo

dessa forma as microrregiões estaduais e os municípios brasileiros (MINISTÉRIO DO TURISMO - M-TUR, 2005, p. 12):

Todas as regiões turísticas, no âmbito do programa de Regionalização, serão estruturadas para que tenham condições de receber, cada vez mais, turistas. Assim, o setor cresce e o Brasil inteiro também, uma vez que o turismo gera empregos, renda e reduz as desigualdades sociais. E mais valoriza a nossa cultura e a nossa história [...] A roteirização é uma forma de organizar e integrar a oferta turística, possibilitando o aumento das taxas de visitação, de permanência e gasto médio do turista nos destinos brasileiros. Possibilita uma melhor distribuição de renda, a geração e a ampliação de postos de trabalho, a promoção da inclusão social [...]

A primeira etapa do programa foi concluída no mês de julho, com a realização do primeiro Salão do Turismo, onde foram apresentadas 134 regiões turísticas, das quais foram desenvolvidos 451 produtos turísticos, contemplando 959 municípios/distritos, criados e estruturados através da parceria com os Órgãos Oficiais de Turismo dos Estados. Para o melhor entendimento desse processo, vamos apresentar alguns conceitos que explicam melhor o contexto da regionalização do turismo, segundo o M-TUR, 2005:

Região turística – Espaço geográfico que apresenta características e potencialidades similares e complementares, capazes de serem articuladas e que definem um território, delimitado para fins de planejamento e gestão. Assim, a integração de municípios de um ou mais estados, ou de um ou mais países, podem constituir uma região turística.

Roteiro turístico – Itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística.

Rota turística – Percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada e ou atribuída pela utilização turística.

Destino turístico – Local, cidade, região ou país para onde se movimentam os fluxos turísticos (p. 15).

## Geografia, Turismo e a desterritorialidade dos espaços

Zonas, áreas e complexos são medidas geográficas que determinam os espaços de um país, de um Estado ou de uma região e que são absorvidas e inseridas no estudo dos espaços turísticos, a que poderíamos chamar de geografia turística, ou geografia aplicada ao turismo, aplicabilidade que nos embasará e nos fornecerá o norteamento a ser seguido para definirmos território e desterritorialização, sabendo que o território definido por Souza

(2003): É fundamentalmente um espaço definido e delimitado por e a partir das relações de poder” e que, para Haesbaert (2003, p. 54), desterritorialização “Deve ser tratada, sobretudo no que se refere à dimensão espacial da sociedade”, ou seja, disputa que o homem trava para superar os espaços e as distâncias. Enquanto que para Haesbaert (2002, p. 55) “A desterritorialização constituir que antes de mais nada é a superação do constrangimento da distância uma espécie de superação do espaço pelo tempo”, ou seja, podendo ser trocas simultâneas de informações que facilitam as relações entre os homens e os espaços turísticos. Os espaços turísticos, segundo os conceitos científicos apresentados por Boulón (2002, p. 63):

Zona turística - É uma unidade de análise e estruturação do universo espacial turístico de um país. Sua superfície é variável, já que depende da extensão total de cada território nacional e de forma de distribuição dos atrativos turísticos, que são os elementos básicos e levar-se em conta em sua delimitação. Sua dimensão mínima é maior que a máxima alcançada por um complexo turístico.

Área turística - São as partes em que se pode dividir uma zona e, portanto, sua superfície é menor que a do todo que as contém; no entanto, como as zonas podem chegar a ter tamanhos diferentes, é possível que uma área da zona maior resulte maior que a outra zona menor.

Centro Turístico - É todo conglomerado urbano que conta em seu próprio território ou dentro de seu raio de influencia com atrativos de tipo e hierarquia suficientes para motivar uma viagem turística. A fim de permitir uma viagem de ida e volta no mesmo dia, o raio de influencia foi calculado em duas horas de distancia-tempo, (...). Os centros turísticos apresentam tipologias distintas, tais como: Centro turístico de distribuição; Centro turístico de estada; Centro turístico de escala; Centro turístico de excursão.

Complexo turístico - “Um complexo turístico chega a ser uma derivação dos centros turísticos de distribuição que alcançam uma ordem superior”.

Unidade turística - [...] concentrações menores de equipamentos que se produzem para explorar intensivamente um ou vários atrativos situados um junto ao outro, ou, o que é mais exato, um dentro do outro, como é o caso de uma fonte de águas termais rodeada por uma floresta tropical habitada por aves de aspecto chamativo.

Núcleos turísticos - Referem-se a todos os agrupamentos com menos de dez atrativos de qualquer hierarquia e categoria, que estão isolados no território e, portanto, têm um funcionamento turístico rudimentar ou carecem completamente dele, devido, precisamente, a seu grau de incomunicação.

Conjunto turístico - A situação de todo núcleo é transitória, porque desde o momento em que, devido à construção de um novo caminho, conecta-se à rede de estradas, muda sua situação espacial e transforma-se em um novo elemento do espaço turístico, a que chamaremos conjunto. Depois de relacionar-se com o resto do sistema, os antigos núcleos devem consolidar seu funcionamento como conjuntos mediante a construção de um empreendimento turístico que esteja de acordo com a natureza e a hierarquia de seus atrativos.

Corredores Turísticos - São as vias de conexão entre as zonas, as áreas, os complexos, os centros, os conjuntos, os atrativos, os portos de entrada do turismo receptivo e as praças emissoras do turismo interno, que funcionam como elemento estruturador do espaço turístico. Os corredores turísticos são divididos em: Corredores turísticos de traslado que “Constituem a rede de estradas e caminhos de um país por meio dos quais se deslocam os fluxos turísticos para completar seus itinerários”. E, em Corredores turísticos de estada “Os corredores turísticos de estada são superfícies alongadas, em geral paralelas às costas de mares, rios ou lagos, que têm uma largura que não supera, em suas partes mais extensas, os 05 Km. A largura é indeterminada porque depende da longitude das praias, das costas, dos lagos ou da margem dos rios que têm interesse turístico.

Podemos verificar nessas citações que os conceitos se mesclam e se contrapõem, se complementam e delimitam as suas áreas, no entanto, sem perder a característica de unidade espacial que constrói os grandes territórios turísticos. Podendo se verificar o desencadeamento das unidades geográficas adaptadas às terminologias turísticas compondo o universo indistinguível da geografia e do turismo.

## Geografia do turismo e a não territorialidade dos atrativos

Parece estranho dizer que algo ou alguma coisa não pertence a um determinado espaço geográfico, afinal, tudo e todos têm seu território no meio em que vive, no entanto, os atrativos turísticos estão além dessas definições territoriais, uma vez que eles ultrapassam a linha divisória e imaginária da geográfica e alcançam a dimensão de espaço total global, como dizer, por exemplo, que o Pantanal, que comumente chamamos de Pantanal mato-grossense ou sul mato-grossense pertence unicamente aos cidadãos desses Estados ou aos cidadãos brasileiros, uma vez que o mesmo é conhecido e reconhecido como patrimônio natural da humanidade, como reserva da biosfera do planeta; que a Floresta Amazônica, pertence apenas aos amazonenses;

que as Cataratas do Iguaçu pertencem somente aos paranaenses, e assim por diante. É por isso que os atrativos turísticos conseguem transpor as barreiras geográficas e ganhar o mundo, como parte do todo e não somente de um lugar. O Brasil é considerado um dos países com maior poder de atratividade e podemos verificar que alguns elementos que realmente nos remetem a essa condição de referencial turístico, apesar de todas as dificuldades e deficiências infra-estruturais e de serviços que ainda temos, e que, graças há algumas condições sociogeográficas e demográficas, nossas potencialidades e atratividades são maiores, conforme a AMPTUR (2005, p. 14),

Somos o país mais tropical do mundo, o povo mais alegre e comunicativo do planeta, uma nação continente unida étnica e lingüísticamente, temos a maior floresta do planeta a Amazônia, 7.500 Km de praias tropicais, os mais espetaculares saltos d'águas – Iguaçu, o maior sistema hídrico do planeta, a maior reserva de biodiversidade da terra, o Pantanal, não temos terremotos, tufões, furações, maremotos, vulcões, terrorismo etc.

Nesse contexto, podemos dizer então que o Brasil, turisticamente falando, não tem território, ele pertence ao mundo, somos terminantemente global e, quando pensamos nos estados da nação brasileira, podemos verificar que o mesmo ocorre. Mato Grosso, por exemplo, a parte territorial que corresponde ao pólo turístico do Pantanal, toda essa área caracteriza atrativo turístico para o mundo inteiro, por ser “patrimônio nacional desde a Constituição de 1988, patrimônio natural da humanidade pela UNESCO e reserva da biosfera, também pela UNESCO.” (AMPTUR, 2005, p. 17), mais uma vez perde-se a territorialidade enquanto atrativo e ganha-se o mundo como destino e produto turístico a ser apreciado por pessoas de todas as partes do globo; o pólo do Cerrado que, segundo a AMPTUR (2005, p. 18):

Com o belíssimo Parque Nacional de Chapada dos Guimarães, ecossistema divisor das bacias hidrográficas platina e amazônica, a belíssima região da Serra do Roncador, clima de serras e morrarias, milhares de nascentes cristalinas, piscinas naturais, corredeiras, cânion, grutas e cavernas, cenário espetacular para o turismo de aventura, eco-turismo, turismo rural, pesca esportiva entre outras modalidades que faz desse lugar um território do mundo.

O pólo da Amazônia, por vez, faz parte da “maior floresta tropical e maior bacia hidrográfica da terra e o mais rico e diversificado sistemas de biodiversidade do planeta” AMPTUR (2005). O pólo do Araguaia que constitui o “maior vale de praias fluviais do mundo e formador da bacia hidrográfica do Tocantins.” (AMPTUR, 2005, p. 19).

Isso ocorre em todos os Estados brasileiros dentro das macrorregiões turísticas, compondo toda a atratividade do país. No entanto, estamos nos referindo apenas aos atrativos naturais e às ofertas naturais de nosso território, que compõem o vasto universo turístico brasileiro. A palavra universo nos remete novamente à não territorialidade dos atrativos e quando dizemos que o Brasil, enquanto destino turístico, pertence ao mundo inteiro, espaço global e total, sabemos que somos uma nação distinta, única, no entanto, nossos atrativos turísticos pertencem à área maior do que nosso território, porém não perdemos o termo de posse dos mesmos, eles nos pertencem de fato e de direito, todavia, dividimos com o restante do planeta o uso desses atrativos, a beleza, o encanto, a magia, o prazer e a satisfação inigualáveis de tocar, cheirar, sentir e viver toda a emoção natural e intrínseca que cada cidadão do mundo sente quando se desloca de qualquer parte desse imenso planeta e chega aqui em nosso território e pode sentir, como se fosse parte integrante da paisagem cênica que os envolve, como se diante de tamanha beleza e grandeza não houvessem barreiras e nem territórios que os separasse.

E é por isso que, para alguns autores, o turismo é tido como um fenômeno e não apenas como uma atividade econômica ou social, visto que é esse poder, esse fascínio que leva pessoas se deslocar e perder a noção de espaço, de lugar, e mergulhar nessa fantástica viagem que é o turismo, principalmente quando condicionada pelos atrativos naturais.

## Considerações finais e sugestões

Diante do exposto, podemos verificar que a relação geografia e turismo possui grande afinidade, pois, na realidade, podemos até dizer que são parceiras, onde em determinados momentos elas se complementam em torno do alcance de objetivos comuns, especialmente em nosso contexto. Na discussão acerca da associação ente os espaços geográficos e os espaços turísticos, tem como resultado a união de duas ciências que buscam em si a preservação ambiental e a organização espacial, de modo a utilizar os recursos naturais sem depredá-los.

É interessante salientar que os atrativos turísticos em muitos casos ultrapassam seus limites territoriais e deixam de pertencer apenas àquela localidade, atraindo pessoas de outros lugares, bem como de outras regiões e países. Por isso devemos entender que é necessário o conhecimento das áreas a serem exploradas pelo turismo para a manutenção destes espaços naturais.

No estado de Mato Grosso, o turismo tem uma dependência existencial dos atrativos naturais, uma vez que o mesmo enquanto atividade econômica

processa basicamente os elementos da cultura e da natureza e a não existência ou a não manutenção dessas fontes de atratividade compromete o seu desenvolvimento, no entanto, as relações entre turismo e meio ambiente ainda não se mesclam como uma só base, onde (uma vez que) os elementos ambientais criam a atratividade turística, ou seja, todas as políticas e estratégias de desenvolvimento e promoção do turismo do Estado estão voltadas para os três biomas: Amazônia, Cerrado e Pantanal e, por outro lado, às ações de preservação, proteção e prevenção, presentes nas políticas ambientais, buscam a manutenção dessa mesma base.

Os ciclos econômicos que proporcionaram o crescimento do Estado como fronteira agrícola foram também os responsáveis pelas transformações espaciais ocorridas nas últimas décadas, como os ciclos do ouro, da pecuária, da madeira e da agroindústria e mais uma vez nos encontramos num momento de transição, onde se buscam alternativas para diversificação das atividades econômicas impulsionadas pelas tendências globais. Portanto, é chegado o momento de Mato Grosso assumir sua posição de indústria altamente rica em tecnologia e seletiva enquanto mercado econômico, consolidando seu empreendedorismo, bem como suas perspectivas econômicas como uma das mais importantes zonas produtivas de produtos de necessidades básicas mundiais, sem, no entanto, aumentar a degradação ambiental e mantendo sua produção.

Este será o grande desafio desse novo ciclo de Mato Grosso: conciliar a produção econômica com a preservação ambiental e, nesse contexto, o turismo poderá ser o grande mediador desse processo, possibilitando esta reprodução do espaço mato-grossense.

## Referências

- AMPTUR, Turismo – **Estratégia de Desenvolvimento Municipal**. Cuiabá: AMM, 2005.
- BELTRÃO, Otto di. **Turismo: A Indústria do Século 21**. Lorena: Stiliano, 1999.
- BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 3º ed. São Paulo: SENAC, 2000.
- BISSOLI, Maria Angela Marques Ambrizi. **Planejamento Turístico Municipal**, com Suporte em Sistemas de Informações. São Paulo: Futura, 1999.
- BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Tradução Josely Vianna Baptista. Bauru: EDUCS, 2002.

CARVALHO, Vanilde Alves de. **Uma Proposta de Ordenamento dos Espaços Turísticos do Estado de Mato Grosso**. Cuiabá: UNIRONDON, 2004.

FENNELL, David A. **Ecoturismo: Uma Introdução**. São Paulo: Contexto, 2002.

HAESBAERT, Rogério. Desterritorialização: Entre as Redes e os Aglomerados de Exclusão. In: CASTRO, I. E. GOMES. P.C.C. e CORRÊA, R.L. **Geografia: conceitos e temas** (Org.). 5ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 165-205.

HAESBAERT, Rogério. **Territórios Alternativos**. São Paulo: Contexto, 2002.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.

MATO GROSSO. **Plano de Ação 2003**. Superintendência de Planejamento. SEDTUR. (Plano de Governo). Cuiabá: 2003.

MINISTERIO DO TURISMO - M- TUR. **Programa de Regionalização do Turismo**. Brasília: 2005.

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável**. Campinas, SP: Papyrus, 2000.

SOUZA, Marcelo José Lopes de. O Território: Sobre Espaço e Poder, Autonomia e Desenvolvimento. In: CASTRO, I. E. GOMES. P.C.C. e CORRÊA, R. L. **Geografia: Conceitos e Temas** (Org.). 5ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 77-140.