

A MERCANTILIZAÇÃO DA NATUREZA E A FORMAÇÃO DE NOVA TERRITORIALIDADE EXCLUSIVA: O TURISMO NOS DISTRITOS DE SOUSAS E JOAQUIM EGÍDIO (CAMPINAS-SP)¹

Ana Maria Vieira Fernandes

RESUMO

Este artigo busca compreender a dinâmica da produção do espaço urbano nos distritos de Sousas e Joaquim Egídio – Campinas/SP, mediante a utilização da racionalidade ecológica na reorganização deste território, que resulta na formação da territorialidade turística. Por fazerem parte de uma Área de Proteção Ambiental (APA), os distritos possuem relevância ambiental, abrigando áreas verdes; e por se localizarem próximos ao centro urbano de Campinas, o acesso é fácil. Nos últimos anos, os mesmos tornaram-se alvo de investimentos turísticos da região. Devido às suas características “naturais”, novos empreendimentos voltados à elite surgem a todo instante. A incorporação da ideologia ambientalista pelo mercado faz com que este influencie parte da sociedade através do chamado *marketing* verde, vendendo o lazer próximo à *natureza*. O turismo local (gastronômico, rural, ecoturismo) se expressa por meio de estabelecimentos rústicos, com forte apelo a ideia de *qualidade de vida*, aquela proporcionada pela aproximação com a *natureza*. Dessa forma, temos a apropriação da natureza como mercadoria e, por isso, acessível apenas àqueles que podem pagar. O turismo nos distritos reforça então a apartação social, pois denota nova territorialidade de uso exclusivo, causando a segregação e a alienação daqueles que ficam à margem deste processo.

Palavras chave: natureza; turismo; territorialidade; segregação

1 Autora: Ana Maria Vieira Fernandes, mestranda em Geografia Urbana do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Endereço: Rua Helena Steimberg nº 767 – Nova Campinas. Campinas – SP. CEP: 13092-481. Telefone: (19) 3254-0646 e (19) 9603-8275 E-mail: ana.mfernandes@gmail.com

ABSTRACT

This article seeks to understand the dynamics of production of urban space in the districts of Sousa and Joaquim Egidio - Campinas / SP, using the ecological rationality in the reorganization of territory, which results in the formation of territoriality tourism. By being part of an Environmental Protection Area (APA), the districts have important environmental, housing green areas, and are located near the town of Campinas, access is easy. In recent years, they have become the target of tourist investments in the region. Owing to their "natural", new ventures are focused on the elite at every moment. The incorporation of environmentalist ideology that the market does this influence the society through the so-called green marketing, selling entertainment close to nature. The local tourism (gastronomy, rural, ecotourism) is expressed by means of rural establishments, with strong appeal to the idea of quality of life, provided that the approximation with nature. Thus, we have the appropriation of nature as a commodity and therefore accessible only to those who can pay. Tourism in the districts then strengthens the social apartheid, it denotes new territoriality of exclusive use, causing the segregation and alienation of those who are excluded from this process.

Keywords: nature; tourism; territoriality; segregation

Introdução

Na contemporaneidade, as áreas *naturais* são consideradas como “objetos” de valor pelo imaginário social, pois a busca pela *qualidade de vida* (aquela que pretende a fuga do urbano) gera um *reencantamento* pela natureza por parte da sociedade. Assim, as paisagens bucólicas ainda remanescentes, sobretudo nas grandes metrópoles, onde a paisagem de concreto e cimento é cada vez maior, são apropriadas pelo mercado, pois possuem valor-de-troca. Dessa forma, regiões de beleza cênica *natural* são transformadas e reconstruídas a partir do processo de urbanização, para que suas áreas verdes se tornem mais um item de consumo do modo de produção capitalista.

Nesta perspectiva, a ideologia ambientalista e a racionalidade ecológica são utilizadas na produção do espaço urbano. O mercado, por sua vez, apropria-se das áreas verdes, criando mercadorias neste segmento e influenciando a sociedade, que se vê motivada a consumir tais produtos *naturais* a fim de se comportarem de maneira “ecologicamente correta” e buscando *qualidade de vida*.

Tal processo ocorre em nossa área de estudo: os distritos de Sousas e Joaquim Egídio, localizados na Área de Proteção Ambiental (APA) do município de Campinas. Esta porção da cidade foi transformada em Área de Proteção Ambiental devido à sua relevância ambiental e cultural, o que já a tornava um espaço diferenciado no município. As características ambientais e culturais dos distritos motivaram um uso, uma ocupação e um consumo da terra conforme a ideologia ambientalista. Em consequência, essa região sofreu uma intensa especulação imobiliária, juntamente com o desenvolvimento acelerado do turismo, o que resultou no surgimento de diversos estabelecimentos, como bares e restaurantes, além das antigas edificações (fazendas) que tiveram seu uso adaptado para esta atividade.

A motivação para o uso dessas *mercadorias* (lazer em áreas verdes) é a aproximação com a *natureza*. Por se localizar próximo ao centro urbano de Campinas e apresentar paisagens bucólicas, os distritos tornaram-se alvo fácil daqueles consumidores que procuram contato com áreas *naturais*, incentivados pelo *marketing*, que aproveita a ideia de *qualidade de vida* para vender esse tipo de turismo.

Dessa forma, os distritos sofrem várias consequências decorrentes desse novo uso do território, como a apropriação dos espaços públicos e de alguns recursos naturais (cachoeiras, bosques, trilhas...) pelos estabelecimentos turísticos. Isso restringe o acesso de quem não tem condições financeiras de

frequentar os estabelecimentos, denotando a exclusão e a segregação. Neste caso, a nova configuração espacial formada nos distritos passa a contar com novas territorialidades de uso exclusivo (estabelecimentos turísticos), novos cotidianos, novas relações sociais, novas formas e funções, o que contribui para a fragmentação do espaço e para o aumento da alienação e da hostilidade entre a população local e os visitantes, produzindo a segregação nesta porção do município.

Esta nova organização espacial formada em nossa área de estudo é analisada à luz de abordagens geográficas sobre o espaço e, para isso, utilizamos Santos (2008, p.63) que o conceitua como um “conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações”. Para a formação da nova organização espacial:

o mercado conta com as ‘novas mercadorias verdes’ que parecem surgir como alternativas para a satisfação da ‘nova demanda’ por um espaço ambiental e ecológico qualitativo, como requisito para a realização do mito da boa vida. Mas a questão é saber para privilégio de quem este mercado, onde se ‘vende o verde’, é fomentado (SANTANA, 2001, p.184).

Neste sentido, vemos que a lógica de produção do espaço dos distritos é seguida pela racionalidade ecológica, levando os empreendedores turísticos a se utilizarem dessa ideologia para maximizarem seus lucros. Portanto, este trabalho tem como objetivo investigar a forma de apropriação das áreas verdes destes distritos como mercadoria pelos empreendimentos turísticos, bem como os conflitos, contradições e consequências que este processo gera nestes locais, tais como: a apropriação e privatização dos espaços públicos e os conflitos entre essas duas esferas (público-privado), a segregação resultante da formação de novas territorialidades, além da degradação do meio ambiente.

Apropriação da natureza como mercadoria

Em nossa sociedade capitalista, a *natureza* é tida como mercadoria, ou seja, é vista apenas como mais um recurso para a produção e reprodução do capital. Dessa forma, as áreas verdes passam a ser vendidas e consumidas como um bem raro e, portanto, muito valorizado na sociedade de consumo.

Para consumir a *natureza* como uma *mercadoria*, o indivíduo, inicialmente, consome a ideologia ambientalista que está por trás dela, a mesma que incentiva as pessoas a se aproximarem das áreas verdes para terem melhor *qualidade de vida*. Além disso, a imagem que a mídia faz do meio ambiente

mitificado através dessa ideologia, ajuda a agregar valor e *status* social para a mercadoria e, conseqüentemente, para quem a adquire.

Com o neoliberalismo e a globalização, o consumismo se faz ainda mais presente na vida das pessoas. Assim, uma nova sociedade - moldada pela ideologia do consumo desenfreado - se torna cada vez mais forte. “A questão ecológica invade a vida cotidiana produzindo uma nova necessidade na base da sociedade de consumo. A formação e disseminação da consciência ecológica induzem um gosto e uma preferência de consumo” (SANTANA, 2001, p.181) e é nesta perspectiva que surgem as novas formas de lazer próximas ao “verde” em nossa área de estudo.

A incorporação do termo e da ideia de desenvolvimento sustentável pela sociedade e pela economia foi feita através da ideologização desta questão, fetichizando a *natureza*, valorizando-a para o mercado. Com essa postura, em lugar do cidadão - que deveria simplesmente usufruir o meio em que vive - forma-se um consumidor que aceita ser chamado de usuário (SANTOS, 2000) e o meio ambiente é transformado em mercadoria.

Além disso, a mídia cria expectativas quanto a esses lugares e influencia o mercado consumidor para a aquisição de novas “mercadorias” criadas a todo instante. Nesse sentido, “a ‘paisagem natural intocada’ é alvo produzido através da propaganda e disseminada por revistas, jornais, agências de viagens, ONGs, etc” (SANTANA, 2001, p.181-182). Para exemplificar, segue trecho de revista que divulga os distritos como lugares que valem a pena serem visitados pela sua paisagem *natural*, além da ideia de *qualidade de vida* imbuída na notícia:

O visual bucólico e o ar interiorano fazem parte do charme e encantam quem quer fugir da cidade grande. Em Joaquim Egídio, há ruas de paralelepípedos e casas que ainda preservam as janelas na calçada. [...] o roteiro pode incluir caminhadas ecológicas, ciclismo, passeios de charrete e cavalgadas pela antiga estrada do Bonde. [...] o bar Café Maritaka possui mesas embaixo de majestosas árvores e ajuda a recuperar o pique com pães, bolos, sucos, leite, frios, café e frutas... (REVISTA BONS FLUIDOS, n° 99, editora Abril, julho 2007).

Nesta perspectiva, “no imaginário coletivo o que predomina é a romantização da natureza e a valorização do mito da natureza paradisíaca, negando toda a construção social da natureza ao longo da história humana” (TREVISAN, 2006, p.57). Isso fica claro, quando se verifica a tendência de valorização, por meio da subjetividade do morador de uma grande metrópole da atualidade, daquilo que os meios de comunicação de massa tentam, a todo

instante, lhe impingir. Como exemplos podemos citar a “necessidade” de descanso e de lazer em praias “paradisíacas”, ou lugares bucólicos, a fim de fugir do *stress* do cotidiano, como vimos no trecho de reportagem acima.

Tais estratégias de *marketing* aproveitam a noção de *natureza* como indicador de *qualidade de vida*, através das paisagens dos distritos, influenciando a forma de uso e ocupação do solo destas localidades. Uma vez que a mídia ressalta as características destes locais, ela induz e motiva uma demanda pela região, conforme podemos confirmar através dos trechos abaixo, retirados de reportagens de uma revista local que sempre divulga essa região em suas edições:

A natureza, certamente, é o grande atrativo de Sousas e Joaquim Egídio. A calmaria dos distritos se contrapõe a vida agitada da região central de Campinas. Fugir dessa badalação é um dos motivos que mais leva a população a escolher os distritos para viver [...]. Além da calmaria, há também boas opções de aventura e turismo. [...] A qualidade de vida é o que mais atrai pessoas de Campinas, cidades da região e também de São Paulo a optarem pelos distritos para viver (ABSOLUTA, ano II, n° 3, 2007, p. 4).

Porém, como tais estabelecimentos turísticos são voltados para a elite e denominados “exclusivos”, os valores a serem pagos para frequentá-los são altos e apenas os setores mais abastados das classes média e alta podem arcar com os custos. Dessa forma, muitas vezes o consumo de tais produtos é motivado pelo *status* que o mesmo proporciona.

Neste caso, os recursos naturais passam a ser exclusivos dos consumidores que podem pagar, “produzindo novas territorialidades também marcadas pelo uso elitista” (TREVISAN, 2006, p.7). Assim, a proteção das áreas *naturais* é voltada para o “usufruto e prazer para as horas de lazer do homem [...] a democratização atinge apenas quem pode pagar [...]” (SANTANA, 2001, p.188), gerando diversos conflitos e contradições no espaço pesquisado, como ainda veremos.

Turismo em Sousas e Joaquim Egídio

O turismo utiliza-se do desejo das pessoas para se realizar: desejo de comer bem, de praticar atividades perto da *natureza* e de áreas rurais, de conhecer paisagens diferentes daquelas de sua rotina... Assim, o desejo também torna-se mercadoria. Ele é criado através do *marketing*, induzindo os consumidores a ansiarem por descanso e lazer fora de seu cotidiano.

Dessa forma, o turismo caracteriza-se pela “[...] reprodução de um modo de vida fundado no consumo que, por sua vez, é a reprodução do modo de acumulação capitalista baseado na circulação de mercadorias” (SANTANA, 2001, p. 177). Nesta perspectiva, o tempo livre também é cooptado pelo sistema, uma vez que serve para ser consumido através do lazer. “Assim, os ‘lazer’ entram nas necessidades da ‘vida moderna’ tornando indispensável o divertimento e a distração” (SANTANA, 2001, p.181).

O turismo em áreas verdes tornou-se, também, uma prática social comum nos distritos de Sousas e Joaquim Egídio. As pessoas desejam frequentar um local que se diferencie da sua vida cotidiana, onde possam descansar de um dia de trabalho excessivo, experimentando novas sensações, como a de aventura ou a de contemplar a beleza cênica das paisagens bucólicas. O mais importante para esses visitantes é diferenciar o mundo do trabalho, ou seja, o cotidiano, da prática do turismo e do lazer (URRY, 1996).

Assim, essas paisagens *naturais* passam a serem observadas como um “bem” natural, sendo espetacularizadas para o descanso e lazer da população urbana (RODRIGUES, 1998), promovendo assim, a *qualidade de vida* tão desejada.

A intensa oferta turística de Sousas e Joaquim Egídio atrai visitantes de todo o município de Campinas e região, que buscam se aproximar da *natureza* ao frequentarem os estabelecimentos que abrigam a ideologia de um “turismo sustentável”, com o “consumo” de paisagens que contém muito verde para encantar o olhar dos frequentadores de tais locais. O setor empresarial pretende atingir aqueles possíveis consumidores que vivem exclusivamente em meio urbano e que ainda não conhecem as “maravilhas” de estar próximo à *natureza*, nem que seja pelo menos nos fins-de-semana.

Para que determinado espaço torne-se turístico, é necessário que haja, basicamente, três fatores agindo em conjunto. De acordo com Knafou (1996), tais fatores são as “fontes de turistificação de lugares e territórios”, sendo que estas são os turistas, o mercado e os planejadores e promotores territoriais. Ou seja, para que o turismo aconteça em determinado local, é inevitável a presença do turista; do mercado, que se apropria do território para transformá-lo em produto turístico; e dos planejadores, que irão organizar e promover tal atividade. Ainda segundo o autor, o turista é o fator mais importante, pois o mercado cria a oferta, porém, apenas o turista poderá legitimar determinado território como turístico.

Além dos turistas, mercado e planejadores, “a transformação do espaço em produto turístico requer uma crescente racionalidade devido à competi-

tividade entre produtos turísticos, que se dá, hoje, em escala global” (CRUZ, 2001, p.22). Por isso, a importância da organização e planejamento da atividade, o que não acontece de maneira satisfatória nos distritos estudados.

Para melhor entendermos como nossa área de estudo se tornou foco deste tipo de turismo (praticado em áreas verdes), precisamos saber como se deu o processo de ocupação dos distritos. Podemos dizer que tal processo ocorreu de maneira peculiar, pois no auge da cultura cafeeira o povoado ali existente era predominantemente rural, ou seja, as pessoas moravam nas fazendas e exerciam atividade agrícola. Isso fez com que os distritos não sofressem intensamente com os processos de industrialização e urbanização, assim como no restante de Campinas (PMC, 1996). Sosas e Joaquim Egídio permaneceram como uma porção rural do município, conseguindo manter suas áreas verdes, frente aos processos citados que ocorriam em toda a região. Assim, as características naturais, culturais e históricas dos distritos influenciaram a forma de uso, ocupação e consumo de suas terras.

Com a expansão imobiliária cada vez mais crescente em Campinas, muitos olhares também se voltaram para as paisagens dos distritos como possíveis cenários de uma nova atividade no local: o turismo. Assim, a transformação do espaço urbano de Sosas e Joaquim Egídio em território turístico começou junto com a expansão dos empreendimentos imobiliários, porém, sua materialização deu-se de forma tímida, pois suas belezas *naturais* eram foco apenas do setor imobiliário, sendo descobertas aos poucos pelos empreendedores do ramo turístico, como um potencial para tal atividade. Por isso, o desenvolvimento do turismo foi mais lento no início, comparado ao desenvolvimento do setor imobiliário, e só há dez anos vem crescendo consideravelmente.

As primeiras manifestações turísticas na região - com fluxo de visitação relevante - foram através dos estabelecimentos gastronômicos, como bares e restaurantes, caracterizando o chamado turismo gastronômico. Nos distritos, a presença do Patrimônio Histórico também é muito forte, porém, atualmente, não é o que mais atrai.

Nesta perspectiva, muitos empreendedores de Campinas - e mesmo da capital São Paulo - ao perceberem o potencial de Sosas e Joaquim Egídio, deram início ao fomento da atividade turística no local, denotando a participação do mercado e dos planejadores na “turistificação de lugares” (KNAFOU, 1996). O processo começou lentamente, com apenas alguns estabelecimentos sem muita infraestrutura. Afinal, o “prato principal” dessa atividade era mesmo a *natureza* e, dessa forma, a falta de estrutura foi muitas

vezes vendida como “rusticidade” (o que mais tarde também foi provocado propositalmente, mesmo em estabelecimentos de boa infraestrutura, por meio de projetos arquitetônicos).

Com a formação de uma demanda específica – que buscava e ainda busca contato com as áreas verdes – além de muita propaganda “boca a boca”, o chamado turismo gastronômico foi tornando-se popular, atraindo uma significativa quantidade de turistas e visitantes provenientes de Campinas e região, além de São Paulo, o que só tende a crescer.

O turismo gastronômico, o tipo mais explorado no local, consiste na apreciação de pratos típicos (comida caseira, francesa, italiana, regional etc), como uma forma de conhecer novas culturas, sabores e prazeres (AZAMBUJA, 2001). A quantidade de estabelecimentos dedicados a esse tipo de turismo é significativa. O grande número de belas paisagens *naturais* contribui na atração de turistas e visitantes. Portanto, além da apreciação dos pratos, a localização destes restaurantes e bares torna o turismo gastronômico peculiar e, por isso, muito famoso na região estudada. Os bares e restaurantes são rústicos, bem decorados com temáticas que remetem à vida rural e bucólica. Muitos são os estabelecimentos que se inspiram na *natureza* para batizar os seus empreendimentos. Podemos citar alguns: Bar da Cachoeira, Café Raízes, Café Maritaka, Vila Paraíso, Paoça do Caboclo, Feijão com Tranqueira, dentre outros. Seus proprietários utilizam as belezas “naturais” do local e o *marketing* verde para atrair os consumidores. Muitas árvores, lagos, jardins e animais retratam a tranquilidade tão procurada para quem mora nos grandes e agitados centros urbanos.

Assim, o turismo nos distritos vai muito além da gastronomia em si. O contato maior com a *natureza* e os “ares” de cidade pequena são os atrativos primordiais e, por isso, a gastronomia aparece como uma forte tendência no local, pois os bares e restaurantes localizam-se em meio a paisagens bucólicas, transmitindo a ideia de que a região proporciona *qualidade de vida* para quem a frequenta. Nesta perspectiva, o maior atrativo da região é o charme proporcionado pelas paisagens *naturais* que a diferencia dos grandes centros, o que também remete à vida de cidade do interior.

Por se localizar tão próximo do centro de Campinas e da capital São Paulo, os empresários do ramo investiram neste segmento e hoje os distritos abrigam um circuito gastronômico típico das cidades mais “badaladas”, possuindo até um calendário próprio de eventos gastronômicos, época em que os mesmos ficam lotados de pessoas de todo o entorno de Campinas, inclusive da capital. Todo mês de agosto, por exemplo, Joaquim Egídio abriga

o “Festival Gastronômico”, com muitos bares e restaurantes participantes, que oferecem um cardápio diferenciado, aliado a uma programação cultural. O evento é uma iniciativa da Associação dos Dirigentes de Estabelecimentos Gastronômicos de Sousas e Joaquim Egídio (ADEGAS).

No dia-a-dia, os estabelecimentos turísticos são frequentados tanto por moradores dos condomínios fechados de luxo do local, como por moradores de Campinas, além dos turistas de outras cidades, mais e menos próximas, como São Paulo, Jaguariúna, Pedreira, Valinhos... O tipo de turismo praticado, geralmente, é de um dia apenas. Dessa forma, a região abriga somente dois meios de hospedagem: *Pousada Vill’Atybaia* (às margens do Rio Atibaia, em Sousas) e *Pousada Colinas di Mônaco* (Joaquim Egídio).

No início da pesquisa, que deu origem a este trabalho, pensamos na possibilidade do turismo gerar conflito com o morador de “elite” dos condomínios da região. Levantamos a hipótese deste morador recusar a presença do turista, pois acreditávamos que eles gostariam de usufruir aquela localidade sozinhos, uma vez que se sentem “guardiões” da mesma, buscando o *status* e a exclusividade. Neste sentido, a ideia era que muitos turistas vindo de fora acabariam com a exclusividade que este morador buscou ao ir ali morar. O *status* de morar em uma porção elitizada de Campinas, próxima da *natureza*, acabaria e, potencialmente, surgiriam conflitos.

Porém, a partir das entrevistas realizadas com esses moradores, constatamos que, pelo menos por enquanto, isso não acontece, pois acreditam que, se o comportamento for “correto”, não há problema de visitantes de Campinas e turistas utilizarem essa infraestrutura. Creditam ao turismo, inclusive, a possibilidade de alavancamento do desenvolvimento econômico da região. O único problema, apontado por eles, refere-se à falta de incentivo público para a atividade, gerando conseqüências de um turismo mal planejado, como o trânsito intenso, por exemplo. Os moradores acreditam que o problema não são as pessoas, mas sim a malha viária que não comporta o aumento de fluxo.

O aumento do número de pessoas transitando no local resulta em congestionamentos constantes aos fins-de-semana, pois as ruas dos distritos são pequenas, estreitas, sinuosas e de mão dupla, o que significa que a infraestrutura viária do local não acompanhou o seu crescimento. Além disso, o fluxo de pessoas também é intenso, pois, pelo fato de a região abrigar rios, cachoeiras, matas, trilhas, montanhas e antigas fazendas do tempo cafeeiro, não é apenas o turismo gastronômico que é praticado, mas também o ecoturismo, o turismo rural e o turismo de aventura.

O ecoturismo consiste na prática de atividades de lazer em áreas verdes, pois “é no campo onde se encontra a presença da ‘paisagem natural intocada’, atrativo ecoturístico para os habitantes da cidade que nela se deparam com sua ausência ou raridade” (SANTANA, 2001, p.177). O turismo rural, como o próprio nome denuncia, acontece em áreas rurais, onde o turista e o visitante podem passar o dia conhecendo a rotina e a atmosfera de uma fazenda. Já o turismo de aventura caracteriza-se por atividades radicais, neste caso, praticadas em meio à *natureza*, como esportes radicais aquáticos (canoagem rafting) nos rios Atibaia e Jaguari, arborismo etc (ANSARAH, 2000).

A exploração de cenários bucólicos para a prática de caminhada, ciclismo ou cavalgada é feita constantemente e, assim, as trilhas são muito frequentadas nos fins-de-semana. Além disso, muitas fazendas e sítios oferecem café-da-manhã e almoço colonial para seus visitantes, juntamente com um *tour* pelo local, mostrando como é a vida no meio rural. Os bares e restaurantes oferecem almoços, que atraem tanto quem praticou atividades o dia todo ou, simplesmente, vêm almoçar com a família.

Os consumidores são atraídos para este tipo de turismo junto à *natureza*, através do *marketing* e do discurso ecológico. Assim, os tipos de turismo praticados em meio rural – inclusive o gastronômico - aparecem como um “produto da formação de uma chamada consciência ecológica. O consumo da natureza explorada [...] é visto através da valorização da ‘paisagem natural intocada’. (SANTANA, 2001, p.178), fato que se comprova segundo reportagem de uma revista de circulação local que afirma que o que cativa o cliente não é a gastronomia em si, mas também as paisagens que proporcionam “[...] maior qualidade de vida às pessoas que vem, especialmente, de grandes metrópoles como São Paulo, para fugir do cotidiano estressante que estas oferecem” (REVISTA ABSOLUTA, ano I, nº 2, 2006, p.9).

Dessa forma, esse tipo de turismo que ocorre na APA explora o lado:

[...] da natureza poética e lúdica, do romantismo e da visão estética que pretende preservar os exemplares remanescentes da natureza quase como um ato de vaidade ou desculpas para um sentimento de culpa diante do que se chama destruição da natureza pela ação transformadora da luta do homem contra a natureza. É dentro desta perspectiva que a intenção de preservar se presta à venda da mercadoria verde do ecoturismo, a natureza (SANTANA, 2001, p.179).

Porém, o turismo desenvolve-se de forma desordenada no local, sem planejamento efetivo – não existe nenhum órgão que cuide dessa área específica; todas as decisões estão centralizadas na prefeitura de Campinas. As

subprefeituras dos distritos não possuem muita autonomia e, assim, muitas questões relacionadas ao desenvolvimento da atividade no local ficam sem solução. Falta incentivo público. As práticas efetivas do turismo nos distritos são planejadas e executadas pela iniciativa privada, ou seja, pelos proprietários de bares, restaurantes, fazendas e pousadas, que se organizam por meio da já citada ADEGAS e contam apenas com um pequeno apoio do poder público.

Turismo: nova territorialidade formada

Como sabemos, o espaço é abstrato e, a partir dele, o território é construído pelos diversos agentes sociais, ou seja, “o território forma-se a partir do espaço, é o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível” (RAFFESTIN, 1993, p.143). Ainda segundo o autor, “o território, nessa perspectiva, é um espaço onde se projetou um trabalho, seja energia e informação, e que, por consequência, revela relações marcadas pelo poder” (RAFFESTIN, 1993, p.144). Assim, são os agentes sociais que reestruturam o território através da prática de poderes, políticas e gestão territorial (BECKER, 1983), o que o torna concreto e ainda possibilita novos usos formando novas territorialidades, como acontece na área estudada.

Nesse sentido, a territorialidade pode ser vista como um fenômeno de “organização do espaço em territórios diversos, considerados exclusivos por seus ocupantes; uma relação com o espaço, considerando os demais atores” (BECKER, 1983, p.7). Além disso, ela também pode “[...] ampliar o controle sobre um dado território, tornando-o distinto e, ao menos, parcialmente, exclusivo [...]. A territorialidade é, assim, elemento de coesão social, fomentando sociabilidade e solidariedade; mas pode ser também fonte ou estímulo de hostilidades, ódios e exclusões” (ALBAGLI, 2004, p.30).

Dessa forma, o surgimento das novas territorialidades nos distritos devido aos estabelecimentos turísticos caracteriza, conforme a autora acima, uma nova forma de exclusão no território estudado, uma vez que aparecem como espaços de uso exclusivo apenas de alguns. Com a valorização estética da *natureza*, novos simbolismos e mitos são produzidos, além de uma nova organização territorial e espacial. Por isso, ao revalorizar as paisagens bucólicas, a sociedade constrói nova percepção e novas territorialidades (LUCHIARI, 2001). Assim, vemos que a territorialidade se dá no cotidiano, nas relações sociais, ou seja, na dinâmica da sociedade.

Notamos que a territorialidade turística presente na área estudada é fruto de um turismo privatizado. Os locais com infraestrutura e bom atendimento são privados, o que contribui para a dinâmica segregacionista do local, pois apenas a minoria tem acesso. Sem o incentivo público ao lazer, é a iniciativa privada que desenvolve a atividade e, assim, as pessoas têm que pagar para se divertirem em locais fechados, o que gera novas territorialidades.

De acordo com um *site* de promoção turística dos distritos, muitas cachoeiras, além de outros atrativos turísticos naturais bastante visitados (picos, trilhas, bosques...) não têm o acesso livre, ou seja, estão localizados dentro de bares ou de outras propriedades comerciais que se apropriaram de tais recursos². O interessante é que, no ponto de vista comercial, o acesso restrito aos recursos é tido como um fator positivo, pois o turista, além de ter acesso à cachoeira ou a qualquer outro recurso natural, pode comprar os serviços oferecidos por esses estabelecimentos. Assim, a privatização dos recursos naturais contribui para o aumento dos lucros do comerciante, com o consumo de diversas outras mercadorias (RODRIGUES, 2000).

Aqueles que não conseguem ter acesso a tais estabelecimentos privados ficam segregados socialmente, pois não têm condições para adquirir tais “mercadorias naturais”. Nos deparamos, então, com a apropriação do que é público pelo privado, o que, neste caso, implica no surgimento de espaços exclusivos (novas territorialidades).

Assim, pode-se verificar que os estabelecimentos turísticos são voltados à elite urbana campineira, que é estimulada a todo o momento pela mídia a “voltar à natureza”, pelo menos aos fins-de-semana, a fim de esquecer o cotidiano estressante dos grandes centros urbanos. Por outro lado, a população local, predominantemente pobre e rural, não tem acesso a tais lugares, sentindo os efeitos da segregação, no que diz respeito ao lazer. Mesmo tendo contato diário com as áreas verdes, a população local não consegue inserir-se no circuito “badalado” que a atividade turística promove, ficando de fora desse processo que tanto está modificando a dinâmica os distritos. Portanto, temos a “segregação daqueles que não correspondem ao padrão normalizado pelo poder central” (SANTANA, 2001, p.183).

A forma de segregação, neste caso, não ocorre de forma explícita, pois as pessoas não são impedidas de entrarem nos bares ou restaurantes (assim como são proibidas de entrar nos condomínios fechados, por exemplo, se não tiverem autorização de algum morador). Porém, quem não tem condições de

2 Fonte: site de Sousas e Joaquim Egídio. Disponível em <<http://www.sousasejoaquimegidio.com.br>>. Acesso em 20/01/2009.

frequentar tais lugares, sabe que não pertence a eles. Assim, sentindo-se constrangidas, essas pessoas passam ao largo, pois sabem que não tem condições financeiras para frequentá-los, o que se traduz, não apenas, no dinheiro para o pagamento da conta, mas nos trajes adequados para a ocasião, nas atitudes “refinadas” etc. Dessa forma, temos a “[...] apropriação de territórios que se descolam do lugar para transformarem-se em símbolos do consumo e focos de atração social” (LUCHIARI, 2000, p.37), o que pode gerar a segregação da parcela da população que não tem condições de consumir.

Mesmo que de forma mascarada, esse tipo de segregação é imposta por aqueles que detém o poder (mesmo na escala dos micropoderes): possuem o controle das terras, selecionam o tipo de público que desejam ter em seus estabelecimentos, mediante a estipulação dos preços das refeições e demais mercadorias.

A apropriação e privatização dos recursos naturais transformam a localidade, criando uma nova territorialidade, exclusiva, voltada apenas para a elite. Os recursos são transformados e vendidos como símbolos de *natureza* para essa demanda. Assim, “a mitificação dos lugares, para que estes sejam vendidos no mercado turístico, faz parte deste processo maior de estetização do consumo na vida social” (LUCHIARI, 2000, p.37).

Neste sentido, a produção de uma paisagem “intocada” é realizada através de signos. É uma simulação de “natureza” na vida urbana, para o homem urbano (SANTANA, 2001). Ainda segundo a autora, isso implica na alienação das relações sociais, “transformando o lugar em espetáculo e no seu próprio palco” (SANTANA, 2001, p.187), acessível apenas a quem pode pagar pelo ingresso.

Dessa forma, de acordo com Trevisan (2006, p.49), os novos usos dos distritos, através dessa nova territorialidade estudada, tem transformado-os em:

[...] um centro rústico de consumo e entretenimento ao ar livre da classe média e alta, que buscam hoje paisagens naturais facilmente encontradas na APA, destituídas de seu significado local, agora paisagens produzidas do modo de consumo globalizado. A agricultura e as paisagens naturais cedem lugar para o mercado verde do lazer, do turismo e da habitação.

Assim, “a estética ganha valor, passando a ser focada em um objeto de apreciação do espaço, as amostras dos ‘bens naturais’ escassos” (SANTANA, 2001, p.188), que se materializam através das mercadorias turísticas dos tipos de turismo citados (gastronômico, ecoturismo e turismo rural).

Embora o turismo praticado em Sousas e Joaquim Egídio seja majoritariamente privado, os mesmos ainda abrigam algumas festas populares. São

as festas dos padroeiros dos distritos: Festa de Sant'Ana (Sousas) e a Festa de São Joaquim e São Roque (Joaquim Egídio), organizadas pelos próprios membros da comunidade local, com patrocínios de grandes empresas e pequeno apoio público. As Sub-Prefeituras de Sousas e de Joaquim Egídio nos informaram não saber o número de pessoas presente nas festas do ano de 2009 e a cidade de origem das mesmas. Disseram, ainda, que concedem apenas a infraestrutura (barracas de comidas, palco onde ocorrem as apresentações musicais, ambulâncias...) para que os eventos se concretizem e que não estão inteiradas sobre a organização das festas, comprovando que, mesmo apoiando os eventos, ainda há um fraco envolvimento do poder público no desenvolvimento do turismo dos distritos.

As festas são frequentadas, basicamente, pela população local e por moradores de Campinas de menor poder aquisitivo. São gratuitas, ou seja, acessível a todas as classes, mas verificamos que a elite não as frequenta. Dessa forma, identifica-se a segregação voluntária feita pelas classes mais abastadas, que se “auto-excluem” das festas populares, procurando um lazer diferenciado, privatizado.

Como já afirmamos, o turismo então acontece de maneira segregacionista e excludente, o que contribui para a perda da diversidade e da alteridade, uma vez que pessoas de condições sociais diferentes não se encontram. Assim, considerando as novas territorialidades formadas, a territorialidade da população local é a que lhe “sobra”, isto é, a que lhe é viável.

Tal processo também é sentido de maneira alienada pelos turistas, que se fecham nas formas de lazer privadas e não se relacionam com o entorno – ruas e outros espaços dos distritos, moradores locais... -, vivendo apenas no território demarcado por essa atividade. Chegam em seus carros, dirigem-se aos estacionamentos dos restaurantes e de lá voltam para suas casas, sem viverem a territorialidade da população local, ou seja, aquela que vai além da turística, mas que se faz presente ao lado desta. Talvez, se os turistas explorassem mais o lugar – andassem a pé, aproveitando as ruas, as calçadas, as praças, o espaço público enfim – entrariam em contato com os moradores locais e com a diversidade, o que poderia dar mais sentido à rua e à cidade, tornando a vivência do território mais integral.

Desse modo, a territorialidade dos que não participam do turismo, ou seja, a territorialidade da maioria da população local, caracteriza-se pela perda de alguns espaços públicos devido à sua privatização, juntamente com o esvaziamento de outros, que não recebem infraestrutura e manutenção e ficam abandonados à própria sorte. A fragmentação do espaço urbano e a

segregação socioespacial são materializações advindas dessa territorialidade criada e imposta por meio do turismo. Tal territorialidade é vivida, portanto, somente pelos moradores locais, que não possuem condições de acesso aos bares e restaurantes da moda, ou seja, participam de tais processos “não participando”.

Os distritos ainda tornam-se homogêneos e fragmentados, pois as paisagens produzidas pelo turismo são homogêneas, devido ao apelo *natural* que maioria dos restaurantes utiliza, oferecendo espaços com muito verde e atmosfera bucólica. É difícil fugir desse padrão e encontrar estabelecimentos de outro tipo. Dessa maneira, as práticas sociais também podem homogeneizar-se, pois os turistas que ali estão verão a mesma paisagem e terão a mesma experiência, mesmo consumindo produtos turísticos distintos. Não são os mesmos restaurantes, mas a proposta não é diferente. Assim, a diversidade fica comprometida, pois se algum turista quer visitar os distritos, procurar por algo que fuja do apelo *natural*, não irá encontrar.

Contradições resultantes das novas territorialidades

Vimos que o turismo, por apropriar-se de alguns recursos naturais e caracterizar-se por uma atividade primordialmente privada, produz outras territorialidades – as turísticas – que contribuem para a apropriação de recursos naturais, a fragmentação, a segregação e a exclusão social nos distritos.

Os bens “naturais” são públicos, coletivos e, por isso, não deveriam ser privatizados. Porém, sabemos que esses bens são apropriados pela minoria, o que pode gerar conflitos, uma vez que, dessa maneira, o acesso à *natureza* se faz de forma segregacionista, pois apenas alguns podem adquirir.

Assim, temos nos distritos uma nova estrutura urbana fragmentada, onde não existe relação entre as territorialidades turísticas e os territórios que as cercam; a representação social do espaço urbano, por sua vez, fica marcada por essas novas territorialidades, o que reforça a dinâmica de acesso desigual à cidade (SPÓSITO, 1999) no que diz respeito ao lazer.

Nesta perspectiva, os distritos podem tornar-se inautênticos e, ao mesmo tempo, este processo pode ser capaz de alienar a sociedade que, de maneira superficial, encara a urbanização turística intensa como algo positivo, como os sinais do progresso, o que mascara as verdadeiras relações sociais existentes.

Além disso, a degradação ambiental também se faz presente. O desmatamento para a construção dos estabelecimentos turísticos contribui para o processo erosivo do solo, colocando em risco a própria infraestrutura a ser

construída no local. O desequilíbrio do ecossistema natural e a poluição dos mananciais também fazem parte do resultado desta intensa urbanização, do aumento da densidade de pessoas transitando pelo local e da errada forma de escoamento da grande quantidade de lixo e esgoto produzida pelos estabelecimentos e seus frequentadores.

A destruição do meio ambiente também aparece como consequência de algumas trilhas realizadas por alguns visitantes (a pé ou de jipes) que não possuem os cuidados necessários para a prática desta atividade.

Também podemos destacar o aumento da violência urbana como um problema sério, decorrente do crescimento desordenado da atividade turística nos distritos. Alguns assaltos já são registrados na localidade, que sempre caracterizou-se como pacata e tranquila. Alguns pontos turísticos também passaram a servir como local de uso de drogas, como o Observatório Municipal localizado no Pico das Cabras – porção mais alta dos distritos -, por exemplo. Por se tratar de um local afastado do centro dos distritos, alguns jovens iniciaram esta prática, porém, neste caso, a Prefeitura tomou algumas medidas, como o aumento da vigilância no local.

Além disso, a poluição das ruas e a poluição sonora também são constantes em Sousas e Joaquim Egídio. Alguns moradores dos distritos - ou mesmo visitantes de Campinas – que não possuem condições de frequentarem os estabelecimentos privados, passam os fins-de-semana consumindo álcool nas calçadas, com o som dos seus carros em um volume bastante alto, incomodando quem ali passa. Muitos carros ficam estacionados em lugares inapropriados, o que dificulta o tráfego pelas ruas tão estreitas e também o acesso à casa de alguns moradores. Alguns acidentes de trânsito, envolvendo inclusive pedestres, devido ao aumento de carros trafegando pelo local, acontecem com certa frequência. Dessa forma, a tranquilidade dos distritos – atrativo inicial dos mesmos – é seriamente ameaçada.

Problemas também atingem alguns dos poucos eventos turísticos que contam com o apoio do poder público. Um exemplo é a festa de Sant'Ana, padroeira do distrito de Sousas. Muitos moradores e, inclusive visitantes, gostam da festa, por ser uma tradição do lugar, porém, comentam que ela é realizada de forma desordenada. Alegam que, a Empresa Municipal de Desenvolvimento de Campinas (EMDEC) fecha muitas ruas com cavaletes, já um dia antes da festa, para impedir o acesso das pessoas ao centro de Sousas, a fim de organizarem a infraestrutura do evento. Todavia, o horário de fechamento das ruas ainda é o horário comercial e, assim, as pessoas não conseguem circular pelo distrito de carro, sendo passíveis de serem multadas,

pois nos locais habituais de estacionamento são colocados os cavaletes. Não é apenas o cidadão que reclama. Os comerciantes também se manifestam, pois com a dificuldade de acesso das pessoas, suas lojas, vendas e demais negócios ficam abalados naqueles dias.

Além disso, o trânsito intenso pelas pequenas ruas dos distritos também incomoda os moradores locais. Aos fins-de-semana, carros são vistos estacionados por todos os lados, inclusive em locais proibidos, como garagens de comércio, de residências...

Mediante tais fatos, vemos que as transformações nos distritos a partir da forma de apropriação de seus espaços através do turismo revelam o caráter contraditório da nossa sociedade. Dizemos isso, pois a natureza é mitificada, mas ao mesmo tempo é adquirida como uma mercadoria, o que se contrapõe com a idéia de proteção difundida. Além disso, as pessoas procuram a fuga do urbano, porém há a urbanização dos espaços naturais.

Essa forma de apropriação dos recursos naturais pelo turismo ainda se coloca de forma excludente e segregacionista, uma vez que se transforma em negócio rentável, acessível a poucos. Nesta perspectiva, os processos sociais ficam mascarados atrás das paisagens bucólicas, ou seja, a sociedade não enxerga a fragmentação, a segregação e as discontinuidades criadas no espaço, a partir da formação de novas territorialidades exclusivas impostas pelo turismo.

Tais contradições, portanto, são percebidas por meio da própria construção da infraestrutura turística que, para estar próxima à *natureza*, urbaniza intensamente o meio ambiente, acabando aos poucos com aquela atmosfera “natural” que era o atrativo inicial.

Considerações finais

A partir das pesquisas realizadas, é fato considerar que existe um *reencantamento* pelo o que é bucólico. Porém, esse *reencantamento* que retrata o reencontro do homem com a *natureza*, possui um olhar extremamente romântico, que deve ser analisado com maior complexidade. O *reencantamento* contemporâneo pela natureza deve ser encarado como um “reencantamento mercadológico”, afinal, a *natureza* somente é reincorporada ao homem como uma fonte de recurso para a produção e reprodução econômica, tanto de bens materiais, como de espaço.

Nesta perspectiva, os lazeres comercializados destroem essa “naturalidade” da qual as pessoas se ocupam. A “natureza” - ou aquilo que dela sobre-

vive -, torna-se o gueto dos lazeres. O urbano assola o campo e este perde suas peculiaridades, propriedades e qualidades (LEFEBVRE, 2001).

Uma vez que as áreas verdes caracterizam um cenário montado pelo mercado para atrair novos consumidores, a sua dominação e artificialização transformam-na em mais um fetiche a ser consumido, denotando uma nova territorialidade, onde poucos têm acesso, o que confirma ser um processo despreocupado com a justiça e a igualdade social, conforme ocorre nos distritos de Sousas e Joaquim Egídio.

Como vimos, o turismo que se desenvolve no local não possui apoio efetivo público, o que permite que a iniciativa privada seja responsável pelo crescimento da atividade, se apropriando muitas vezes de recursos naturais que deveriam ser acessados por todos, livremente. Assim, a formação da territorialidade turística transforma os espaços dos distritos, tornando-os exclusivos daqueles que podem pagar pelo acesso. Isso gera uma nova dinâmica urbana, nova organização espacial, com novas relações sociais e novos cotidianos, o que contribui para o desenvolvimento da apartação social, da alienação da população em geral – que enxerga o desenvolvimento do turismo na região como um sinal positivo do progresso, sem perceber os processos sociais mascarados - e ainda o aumento da degradação ambiental.

Em meio ao surgimento de novas territorialidades, devemos lembrar que apenas quando derrubarmos os mitos que pairam sobre a ideia de *natureza* (deixando de apropriá-la apenas como uma mercadoria) é que poderemos enxergar como são verdadeiramente os distritos, os seus processos e as suas relações sociais, permitindo um *direito à cidade* a todos.

As considerações feitas até o momento permitem indagar, como Cruz (2001), qual deveria ser o papel do turismo no reordenamento do território e qual o papel que ele realmente exerce, considerando todos os interesses e relações que esse tipo de atividade abrange. Se a população local não participa da dinâmica atual do turismo nos distritos, será que essa atividade desenvolve-se de maneira justa? Ao deixar a população de fora, o turismo confere aos distritos novas territorialidades: tanto a turística, quanto a daqueles que não podem apropriar-se desse tipo de lazer, “a terra acaba perdendo seu valor social [...], pois o valor mercantil e a busca pelo lucro tornam-se os interesses principais [...]” (SILVA, 2008, p.59) daqueles que dominam o mercado turístico de Sousas e Joaquim Egídio.

Tal situação, portanto, é resultado das relações produzidas durante o processo de desenvolvimento turístico, o que ainda pode resultar em um conjunto de problemas, como os processos sociais mascarados atrás das

paisagens bucólicas: a sociedade não enxerga a fragmentação, a segregação e as descontinuidades criadas nos distritos, o que é indicativo da relação alienada que possuem com tal problemática.

A representação social do espaço urbano fica então marcada pela existência de diferentes territorialidades, exclusivas ou não, o que pode reforçar a dinâmica de acesso desigual à cidade. A configuração que se molda no espaço é fragmentada e perversa. As áreas verdes, tidas como amenidades contemporâneas, servem como instrumento de desigualdade social. Na verdade, deveriam ser aproveitadas e valorizadas pelo seu valor ambiental, permanecendo áreas públicas de uso comum da sociedade, tendo o direito do uso sobre o direito da propriedade.

Todavia, vimos que o poder público não organiza e tampouco incentiva a atividade turística em Sousas e Joaquim Egídio de forma efetiva, o que nos leva a pensar que o maior problema existente nos distritos e na APA é político. Trata-se de questões relacionadas à falta de política urbana e ambiental, ou à sua precariedade. A fiscalização é pouca ou ineficiente, o que também contribui para que os distritos apresentem os problemas já discutidos.

O reordenamento deste território pelo turismo, motivado pelos interesses do mercado, nos faz pensar que o local onde os distritos localizam-se não está sendo encarado como uma Área de Proteção Ambiental e, sim, como uma “Área de Proteção do Capital”.

Referências

- ALBAGLI, Sarita. Território e territorialidade. In: BRAGA, Christiano; MORELLI, Gustavo; LAGES, Vinícius Nobre (orgs.). **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Brasília: Ed. Relume Dumará, 2004, p. 25-62.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Teoria Geral do Turismo. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godói (org.). **Turismo: como aprender, como ensinar**. 2.ed. São Paulo: Ed.Senac, 2000, v.1.
- AZAMBUJA, Marcelo. A gastronomia como produto turístico. In: CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos (org.). **Turismo Urbano**. São Paulo: Ed. Contexto, 2001.
- BECKER, Bertha Koiffmann. O uso político do território: questões a partir de uma visão do terceiro mundo. In: BECKER, Bertha Koiffmann; COSTA, Rogério Haesbaert da; SILVEIRA, Carmen Beatriz. (orgs.). **Abordagens políticas da espacialidade**. Rio de Janeiro, UFRJ, 1983.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza. **Política de turismo e território**. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2001.

KNAFOU, Remy. Turismo e território. Por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri. (org.). **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Ed. Hucitec, 1996, p. 57-66.

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo: Ed. Centauro, 2001.

LUCHIARI, M. T. D. P. Turismo e meio ambiente na mitificação dos lugares. **Turismo em análise**. São Paulo: ECA-USP, v.11, n. 1, maio de 2000.

LUCHIARI, Maria Teresa Duarte Paes. A (re) significação da paisagem no período contemporâneo. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny. **Paisagem, Imaginário e Espaço**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2001, p.8-28.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINAS (PMC) – Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente – SEPLAMA. **Plano de Gestão da Área de Proteção Ambiental da Região de Sousas e Joaquim Egídio, APA Municipal**. PMC, Campinas, 1996.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. Tradução: Maria Cecília França. São Paulo: Ed. Ática, 1993.

RODRIGUES, Arlete Moysés. **Produção e consumo do e no espaço: problemática ambiental e urbana**. São Paulo: Ed. Hucitec, 1998.

RODRIGUES, Arlete Moysés. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Teresa Duarte Paes; SERRANO, Claudia. (orgs.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2000, p. 37-54.

SANTANA, Paola Verri de. A mercadoria verde: a natureza. In: DAMIANI, Amélia Luisa; CARLOS, Ana Fani Alessandri; SEABRA, Odette Carvalho de Lima. (orgs.). **O espaço no fim do século: a nova raridade**. 2.ed. São Paulo: Ed. Contexto, 2001, p. 177-189.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 2.ed. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2000.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**. 4.ed. São Paulo: Edusp, 2008.

SILVA, Veridiana Lima da. **Mudanças na forma de ocupação do espaço urbano em Valinhos – SP: A expansão dos condomínios fechados**. Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2008. 115 p. Tese (Mestrado).

SPÓSITO, Maria Encarnação Beltrão. **Espaços Urbanos: Territorialidades e Representações**. Presidente Prudente: UNESP, 1999, p.13-29.

TREVISAN, Fernanda Lodi. **Segregação sócio-espacial na APA de Sousas e Joaquim Egídio: os condomínios fechados e o consumo de paisagens naturais**. Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2006. 66 p. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso).

URRY, John. **O olhar do turista**. São Paulo: Studio Nobel: Sesc, 1996.

ARTIGOS DE REVISTAS CONSULTADOS

Lugares que valem uma visita. *Revista Bons Fluidos*, São Paulo, n.99, 2007. Editora Abril.

Sousas e Joaquim Egídio: qualidade de vida. *Revista Absoluta*, Campinas, ano 1, n.2, 2006.

Natureza e progresso caminhando em harmonia. *Revista Absoluta*, Campinas, ano 2, n. 3, 2007.