



## **Políticas Públicas e Desenvolvimento Local: o turismo na Região Vinícola do Vale do São Francisco - Pernambuco**

**Patrícia Lins de Arroxelas Galvão<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Bacharel em Turismo, Mestre em Geografia – UFPE e Professora do Instituto Federal de Alagoas – IFAL. e-mail: parroxelas@yahoo.com

**Resumo:** O Vale do São Francisco pernambucano, situado na região semi-árida do Nordeste brasileiro, vem sofrendo grandes transformações no seu espaço, desde que se acreditou na conjugação de esforços públicos e privados em favor da economia, a fim de reverter o antigo quadro de descrédito para com esta região. Apostou-se na produção de vinhos, entre outras culturas, a partir de 1920 e, atualmente, após a consolidação do pólo vitivinícola, as atenções do governo e dos empresários estão se voltando para a estruturação do enoturismo. O principal objetivo deste estudo é realizar uma breve reflexão sobre a atuação das políticas públicas de fomento ao turismo no Vale do São Francisco, mais especificamente nos municípios de Petrolina, Lagoa Grande e Santa Maria da Boa Vista, tomando como referência o período de 1920 a 2010. Para a concretização desta proposta de trabalho, basicamente recorreu-se ao levantamento bibliográfico relacionado às políticas públicas desenvolvimentistas para o Nordeste e, especificamente para o sertão pernambucano, bem como à importância do turismo neste contexto; além de visita aos municípios selecionados, com o intuito de interpelar os principais atores interessados na atividade. E assim, percebeu-se que, embora os grandes proprietários estejam se unindo em torno da atividade e se beneficiando mais diretamente das políticas de fomento, esta não é a realidade vivenciada pelos pequenos produtores e artesãos locais, da forma como se entende ser a mais adequada para a manutenção da sustentabilidade da atividade. Contudo, os resultados dessa análise irão trazer algumas considerações teóricas e implicações práticas para o vinho como também para o mercado de turismo regional.

**Palavras-chave:** desenvolvimento local, políticas públicas, turismo, vinho

### **1. INTRODUÇÃO**

Estudos recentes apontam para uma transformação recorrente no espaço agrário, seja em aspectos empíricos da realidade ou na interpretação teórica do conhecimento ou do seu significado mais atual. Paralelamente, vem ocorrendo crescentes discussões a respeito de novas propostas de desenvolvimento para áreas rurais e agrícolas a partir da implantação do turismo neste meio. Dessa maneira, muitos pesquisadores passaram a se interessar em estudar o fenômeno turístico em áreas rurais, contrapondo ao já exaustivo turismo de sol e praia, visto que a atividade passou a ter importância econômica para os empreendedores e para o desenvolvimento local.

Cada vez mais as transformações vivenciadas no espaço agrário vêm estabelecendo “novas relações e significados sociais”, segundo Almeida (2000, p.85). O rural não mais pode ser visto como sinônimo de atraso, uma vez que as ocupações essencialmente agrícolas e arcaicas vêm sofrendo mudanças que, embora ainda limitadas geograficamente, tendem à expansão.

Isto significa que são estimuladas as atividades não-agrícolas e, conseqüentemente, a geração de rendas complementares às tradicionais funções destas propriedades. Ou seja, no espaço agrário uma nova organização sócio-espacial vem se firmando, desta vez, pelo uso turístico do território, dado que o Vale do São Francisco em Pernambuco, área objeto da pesquisa, o que preexistiu por séculos, predominantemente, foi uma apropriação do espaço pela agricultura de subsistência. De acordo com Barros (2002, p.12) “o turismo se expande, usualmente por áreas onde existiam assentamentos humanos. Isto quer dizer que quando a difusão turística começa a acontecer em uma região, inicia-se uma interação entre os componentes da função nova (o turismo) e os componentes da região receptora”.



Assim sendo, tem-se como principal objetivo desta investigação, realizar um estudo reflexivo sobre as transformações sócio-espaciais que vêm se configurando na região vinícola do Vale do São Francisco, em Pernambuco, como decorrência do processo de modernização do seu espaço agrário, enfatizando a atuação das políticas públicas no fomento ao turismo nesta localidade, tomando como referência o período de 1920 a 2010.

Esse estudo vislumbra a possibilidade de entender os contornos espaciais desenhados a partir da atividade turística nas vinícolas. Situação que implica novas práticas, relativas às atividades, fluxos e ocupação do espaço vitivinícola, com a implantação de novas estruturas, a fim de atender à demanda turística. Dessa maneira, entende-se o Turismo como fenômeno social, visto que os espaços turísticos são dotados de potencial natural, cultural ou criados artificialmente. Assim, ao consolidar pontos de atrações turísticas, define-se para cada lugar novas atribuições, com vistas à valorização do lugar. Nesse sentido, o turismo vem se consolidando como um dos fenômenos de grande relevância econômica. Além disso, gera transformações ambientais e sócio-culturais, atuando como agente de criação e recriação de novos espaços. Desse modo, o enoturismo desenvolve uma região através da integração produtiva da uva e do vinho, das famílias envolvidas nessas atividades e dos visitantes.

Vale ressaltar que, no Vale do São Francisco, pouca ou quase nenhuma literatura tem abordado tal temática, exceto a elaboração de projetos desenvolvidos pelas prefeituras municipais e SEBRAE (Serviço de Apoio a Micro e Pequena Empresa), com a finalidade de fomentar a rota enoturística da região, uma vez que a atividade ainda é bastante recente. Contudo, concretiza-se a singularidade dessa pesquisa, que objetiva realizar um trabalho aprofundado a respeito dessa nova problemática que se estabelece no semi-árido nordestino.

Além de contribuir para as discussões teóricas sobre a temática, esta pesquisa constitui um instrumento de reflexão para os agentes sociais envolvidos, à medida que retrata a realidade vivida pela população, como forma de conscientização dos residentes no meio rural.

## 2. MATERIAL E MÉTODOS

A observação dos fenômenos sociais, realizada de maneira intensiva, incluindo a participação do pesquisador no universo de ocorrência, é uma metodologia do tipo qualitativa. Embora essa metodologia, adotada nessa referida pesquisa, não permita generalizações em termos de probabilidade de ocorrência, o estudo de caso permite maior quantidade de informações sobre a situação estudada, afirma Dencker (1998, p. 164).

Para a obtenção de dados, alguns procedimentos metodológicos, técnicos e instrumentais foram utilizados a fim de avaliar o objeto de estudo, considerando seu desenvolvimento e sua dinâmica própria. Assim, para a efetivação desta pesquisa, algumas atividades foram desenvolvidas em duas fases principais: pesquisa de gabinete e de campo. A primeira fase consistiu na realização de pesquisas bibliográficas e documental, em órgãos da esfera municipal, estadual e federal, com o objetivo de coletar dados e informações relacionados à temática trabalhada e de proceder a uma revisão bibliográfica. As etapas dessa fase são:

- a) Levantamento e análise do material bibliográfico e de representações cartográficas;
- b) Levantamento e análise de dados estatísticos do IBGE, da FIDEM, da EMPETUR (Inventário da Oferta Turística dos municípios envolvidos) e das Secretarias Municipais de Turismo;
- c) Elaboração dos questionamentos para entrevista semi-estruturada junto aos enólogos e empresários vitícolas.

Devido à carência de informações acerca do Enoturismo no sertão nordestino, ênfase maior foi dada à segunda fase, dedicada ao trabalho de campo e às visitas técnicas nos municípios que desenvolvem a atividade turística, com a finalidade de realizar observações diretas na área, além de obter informações pertinentes, nos mais variados órgãos e categorias sociais relacionados à pesquisa. Esta fase agregou as seguintes etapas:

- a) Visita às vitivinícolas, com o objetivo de conhecer o processo de vinificação, além de analisar a situação atual das fazendas no que se refere às transformações espaciais ocorridas, principalmente ao enoturismo já praticado;



- b) Levantamento e análise dos livros de registro das vinícolas, a fim de obter informações relativas aos visitantes/turistas; bem como fazer um levantamento da quantidade de visitante;
- c) Visita aos órgãos institucionais, de fomento e aos relacionados à vitivinicultura, como EMBRAPA Semi-Árido, VALEXPORT e CODEVASF, com o intuito de pesquisar sobre o papel que cada órgão representa no fomento das atividades vitivinícola e turística;
- d) Registro de imagens.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Uma vez que o espaço agrário está em constantes transformações decorrentes das novas atividades exercidas no meio rural, como o turismo e práticas mais modernas de agricultura, o espaço objeto desta investigação apresenta potencial para o desenvolvimento do Enoturismo. Para uma melhor identificação da problemática discutida nessa pesquisa, torna-se necessário descrever a atividade agrícola praticada nesse espaço, incluindo o *meio Técnico-Científico-Informacional*<sup>1</sup> onde a vitivinicultura está inserida, além de identificar as ações praticadas pelos empresários e poder público, com a finalidade de melhor compreender os efeitos decorrentes da atividade turística nesse meio.

O espaço geográfico da região do Vale do São Francisco tem apresentado, nos últimos anos, mudanças que estão relacionadas à vitivinicultura e ao Turismo. A natureza e a ocupação diversificada na região estão entre os fatores que contribuem para o crescimento do Enoturismo, considerando os altos investimentos em tecnologia. Portanto, algumas reflexões são importantes para validar as discussões a respeito do espaço e suas dinâmicas: primeiramente, quais os fatores que provocaram mudanças na atividade econômica da região? E em relação à dinâmica espacial? Até que ponto a vitivinicultura e o turismo influenciam essas transformações? E ainda, como se dá o desenvolvimento do espaço turístico a partir da parceria entre o poder público e os empresários locais?

A necessidade de estudar o turismo e suas relações com o espaço, identificando a importância do mesmo no cenário para o desenvolvimento local, torna possível mensurar o contexto em que as políticas existentes são condições de crescimento para o setor. Há de se definir e apontar qual o sentido adotado ao termo política, visando uma melhor compreensão a sua aplicabilidade na forma de refletir o processo de desenvolvimento local através da prática da atividade turística. Chauí (1998, p. 368) realiza a distinção entre o uso generalizado da palavra político, como o significado de governo, entendido como administração do poder público, sob a forma de Estado, referente ao conjunto de instituições permanentes, as quais permitem a ação dos governos. Portanto, o governo delimita as ações explicitadas em programas e projetos voltados para o turismo, enquanto que o Estado as executa.

No domínio político, o turismo se apresenta como fator estratégico de relacionamento, auxiliando no desenvolvimento econômico e ainda na diminuição de desequilíbrios nas finanças. Entretanto, as dimensões econômicas apontadas limitavam o turismo a apenas incrementar ganhos em divisas e criação de empregos. Atualmente, sua importância é reconhecida devido ao desenvolvimento regional, principalmente no estímulo ao crescimento de outros setores. Assim, o que determina a realização de uma viagem não é o consumo de bens e serviços produzidos pela iniciativa privada, como hospedagem, diversão e alimentação, visto que, em alguns casos, desfrutar de experiências advindas de fatores naturais, culturais e sociais é o diferencial na escolha da viagem. Percebe-se que esses fatores estão na esfera de atuação do Estado, cuja responsabilidade é valorizar os bens patrimoniais públicos.

A percepção de que o turismo é uma ferramenta para gerar emprego e renda deve ser entendida, pelos setores relacionados à atividade, como uma forma de utilizar a localidade conscientemente, promovendo a sustentabilidade e gerando, dessa maneira, um bom relacionamento entre a comunidade, o governo e o meio ambiente. A importância do turismo em uma economia

---

<sup>1</sup> Termo utilizado por Milton Santos, geógrafo, em Santos (1997)



depende de suas pré-condições naturais e econômicas, como a existência do atrativo, de infraestrutura, de equipamentos turísticos e de acessibilidade; e ainda das características do município, em função de alternativas ao papel reservado ao setor de serviços e turismo em sua estratégia de desenvolvimento econômico.

Nessa perspectiva, os governantes locais se associaram para promover o desenvolvimento regional do turismo, implementando o programa Vale do São Francisco, que contempla ações e financiamentos para o turismo caracterizado como técnico-científico e enoturismo. Esse programa realizou levantamento da característica principal do produto turístico a ser trabalho, identificou e realizou teste de roteiros turísticos para dinamizar a atividade na localidade. O objeto do projeto é essencialmente a vinicultura aliada ao turismo, entretanto, cada município consorciado possui atrativos e pontos a explorar. O projeto contempla ainda ações voltadas para o meio ambiente, com o incentivo à pesca esportiva e ao repovoamento desta espécie. Além disso, existem ações para reflorestamento das matas ciliares, coleta de resíduos sólidos e estudos sobre o assoreamento do rio São Francisco.

Para inserir a região no processo de promoção e iniciativas integradas para redução das desigualdades, considerando o espaço privilegiado de articulação e convergência das políticas públicas, os Governos de Pernambuco e da Bahia investiram mais de R\$ 1 milhão em ações voltadas para a prática do turismo sustentável e para a consolidação do pólo vitícola. Parte deste total foram verbas federais, através do programa PROMOVER. Os recursos provenientes dos estados foram destinados à instalação de equipamentos turísticos, a fim de incrementar o volume de visitação turística, gerando emprego e renda à população dos municípios envolvidos. Os equipamentos e serviços turísticos, discriminados no Quadro 01, são parte integrante das ações governamentais estabelecidas pela RIDE<sup>2</sup>.

Quadro 01 – Ações Governamentais para o Turismo

MUNICÍPIOS	AÇÕES DESENVOLVIDAS
Petrolina	Sinalização Turística; Construção e implantação de Postos de Informações Turísticas na Orla e no Bodódromo.
Lagoa Grande	Sinalização Turística; Construção da Enoteca, memorial do vinho.
Santa Maria da Boa Vista	Sinalização Turística; Reforma de casas históricas e urbanização do entorno.

Fonte: Pesquisa de campo realizada na secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, em 2004

Na esfera Federal, o Programa para o desenvolvimento do Turismo no Nordeste – PRODETUR-NE teve por objetivo, segundo Cruz (2000, p. 12), desenvolver os destinos, basicamente litorâneos, de infraestrutura de suporte para as atividades turísticas nessa região. Esse programa teve duas fases, na primeira houve melhorias e ações complementares de infraestrutura básica e serviços em geral, ressaltando que ocorreu apenas no litoral sul de Pernambuco, Em sua segunda fase, o PRODETUR-NE implementou ações no âmbito do Patrimônio Histórico, sistema de abastecimentos e obras de urbanização turística e ainda melhoramento do Centro de Convenções de Pernambuco e ampliação do Aeroporto Internacional dos Guararapes, em Recife. Vale salientar que essas obras continuaram contemplando apenas municípios litorâneos e capital do estado. Contudo, esse programa consolidou o estado como turismo de sol e praia em detrimento das potencialidades turísticas interioranas.

No âmbito do Governo Estadual, segundo dados da Agência Estadual de Planejamento e Pesquisa de Pernambuco – CONDEPE (2003, p. 03), algumas ações estão sendo implementadas a partir do Plano Plurianual 2004-2007 com o objetivo de aumentar a competitividade dos produtos e serviços, a partir da implantação de zonas turísticas. Esse programa está baseado na estruturação de

<sup>2</sup> RIDE – Região Integrada de Desenvolvimento. Abrange os municípios de Petrolina, Santa Maria da Boa Vista, Lagoa Grande e Orocó, em Pernambuco; Juazeiro, Casa Nova, Sobradinho e Curaçá, na Bahia.



roteiros turísticos com o objetivo de atrair maior número de turistas para a região. Para tanto, o Governo está investindo em ações para inserir o Festival do Vinho de Lagoa Grande no calendário de eventos do estado e, ainda, elaborar e implantar o projeto turístico Rota da Uva e do Vinho.

Para estruturar o roteiro enoturístico, uma parceria entre prefeituras municipais, Secretarias de Turismo dos municípios envolvidos e SEBRAE Petrolina foi formulada. Uma das ações foi a contratação de empresa de consultoria turística para estudo e formatação do produto turístico a ser trabalhado: os segmentos de Turismo a ser trabalhado, o tecno-rural e enoturismo. O projeto analisou também a qualidade dos atrativos locais e sugeriu três roteiros para públicos específicos, todos contemplando a visita às vinícolas e projetos de irrigação. Em fase de conclusão, a consultoria está formulando plano de comercialização e marketing para a região (SEBRAE, 2003).

Nesse sentido, a região em estudo está se consolidando como *Clusters*<sup>3</sup>, abrangendo arranjos de ligações industriais e também de serviços turísticos. Visto que a região está se tornando conhecida por seus recursos ativos, construídos pela organização sócio-territorial, pela política local e formas de gestão para desenvolvimento local, atuando em contextos mais e mais competitivos.

Para a consolidação do Pólo Vitícola, o Governo investiu em programas voltados para o desenvolvimento da vitivinicultura, visto que a produção de vinhos finos está em expansão. Foram investidos cerca de R\$50 milhões pela iniciativa privada e R\$30 milhões pelo poder público, contribuindo para a geração de cinco mil empregos. Da contrapartida do Governo, está em implantação o Centro Tecnológico da Uva e do Vinho em Lagoa Grande, com o objetivo de auxiliar e implantar cooperativas na base de produção local, contribuindo para melhoria dos produtos cultivados na região (CONDEPE, 2003, p. 01).

O Plano Territorial do Entorno da Estrada da Uva e do Vinho contempla ações na área de educação e capacitação profissional, alfabetizando jovens e adultos e formando agentes de desenvolvimento, como técnicos agrícolas para trabalhar junto aos assentamentos e pequenas unidades agrícolas. Como parte das ações para a criação e consolidação do Pólo Vitivinícola na região, foi inaugurada a estrada da Uva e do Vinho: rodovia de 72 Km de extensão que liga o distrito de Vermelhos, em Lagoa Grande, ao município de Santa Maria da Boa Vista, objetivando o escoamento da produção e a melhoria de acesso aos visitantes.

Além da iniciativa pública, os empresários do setor vitícola estão realizando diversas ações a fim de consolidar a qualidade dos vinhos do Vale do São Francisco nos mercados nacional e internacional. Uma das ações é estabelecer um selo de qualidade (Denominação de Origem Controlada), visando a demarcação das áreas das diferentes espécies de uvas cultivadas e criando indicações geográficas. Essa ação amplia as perspectivas de crescimento da vitivinicultura e reforça a manutenção de um espaço identitário, influenciando no desenvolvimento regional.

Outro programa para incentivar o crescimento da atividade vitícola é o Projeto Setorial Integrado para o vinho, uma parceria do SEBRAE, da VALEXPOR e da Apex-Brasil (Agência de Promoção de Exportações do Brasil). O projeto propõe a criação de um consórcio para exportação dos vinhos com a marca do Vale, a fim de proporcionar aos pequenos produtores e às cantinas condições para participar dessas exportações. Trata-se de uma perspectiva associativista, integrando os pequenos e grandes produtores no projeto, definindo a qualidade dos produtos e a forma de controle.

Essa iniciativa resultará numa boa divulgação da atividade vinícola de Pernambuco, atraindo cada vez mais visitantes para o Vale, contribuindo, dessa forma, para o fomento do enoturismo regional, aliado à gastronomia e aos atrativos do rio São Francisco. A relação entre vitivinicultura e Turismo está motivando os empresários a transformarem suas unidades industriais em atrativos turísticos, visto que os turistas serão consumidores e, principalmente, divulgadores de seus produtos, considerando o que já acontece em outras regiões vitivinícolas como Bordeaux, na França; Vêneto, na Itália; Porto, em Portugal e Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul, Brasil.

---

<sup>3</sup> Concentração geográfica de instituições interconectadas para a competição. A idéia de *Clusters* não remete apenas à economia, mas a uma filosofia voltada às pessoas e aos lugares. (CORIOLANO, 2005, p. 131).



#### 4. CONCLUSÕES

A Geografia vem passando por algumas transformações dentro da perspectiva do espaço. Essa abordagem está relacionada ao desenvolvimento de pesquisas em diversas áreas, inclusive o Turismo. Portanto, o Turismo tem recebido destaque no âmbito científico, devido a sua proximidade com o objeto de estudo da Geografia, especialmente ao interferir na estruturação espacial. Conforme observado em pesquisa, a relação Turismo e espaço provoca mudanças nas organizações espaciais visto que cria certas distorções na configuração dos espaços. A atividade turística se torna agente reorganizador dessas configurações ao criar núcleos de inclusão em atividades sócio-econômicas, resultando na dinamização sócio-espacial.

Nesse contexto, é importante ressaltar que as análises realizadas nesse presente estudo contribuíram, de alguma forma, para a compreensão do processo de expansão da utilização do Turismo no espaço agrário da região do Vale do São Francisco, uma vez que tal atividade vem dinamizando a economia, reconfigurando o arranjo espacial local e atribuindo, dessa maneira, novas funcionalidades e novas formas de uso e apropriação do solo para fins turísticos.

Diante dos resultados obtidos na área em estudo, pode-se destacar a viabilidade da prática turística nos empreendimentos vitícolas. Entretanto, faz-se necessário estabelecer planejamento e gestão adequados para a realidade local, com objetivo de obter infraestrutura apropriada à atividade turística, mão-de-obra qualificada, habilidades em marketing para divulgar os produtos agrários, artesanais, naturais e, conseqüentemente, turísticos de toda a região do Vale do São Francisco.

De acordo com essa análise, torna-se imprescindível formatar os produtos dessa região adequados às motivações, necessidades e expectativas desses segmentos percebidos na pesquisa. Inclusive ao planejar e estabelecer infraestrutura turística local e, principalmente, no interior das vinícolas, como alojamento, área de alimentação, de lazer. Vale ressaltar que a estrutura para receber os visitantes dentro da área de produção deve seguir normas de segurança e higiene, além disso, deve haver preocupação com o momento da produção, para que não haja perturbações na rotina de trabalho.

Uma outra problemática analisada é referente às ações voltadas para consolidar as vinícolas como produto turístico. No entanto, foi observado que devido às dificuldades de localização, os atrativos turísticos dos municípios circunvizinhos devem estar incluídos como alternativas de expansão do Turismo para toda a região, permitindo que novas atrações sejam incorporadas às demais ofertas turísticas disponíveis no entorno das vinícolas. Entende-se que o Enoturismo não deve ser o único produto a ser trabalhado e divulgado na região do Vale do São Francisco, tendo em vista todos os aspectos discutidos ao longo dessa pesquisa. É necessário estabelecer produtos alternativos para a expansão da atividade turística em todo o contorno regional.

Contudo, paradoxalmente aos fatores econômicos, o turismo na região do Vale do São Francisco valorizou o espaço local, os aspectos paisagísticos, associado às modificações provenientes dos objetos artificiais que se instalam como novos fixos. Reveste-se, portanto, de forte refinamento, recriando o espaço a partir de ações cada vez mais artificiais para realizar os desejos e as expectativas dos visitantes que almejam conforto, satisfazer suas curiosidades, realizar grandes negociações e lazer, associado à imagem do vinho como produto de prazer gastronômico. Torna-se, sobretudo, um espaço turístico singular, com belezas peculiares e produção vinífera diferenciada da tradicional.

Entretanto, é importante ressaltar que as novas funções em curso na área devem buscar estar de acordo com os preceitos aceitos socialmente, no tocante à ampliação das oportunidades de emprego, do desenvolvimento socioeconômico e da melhoria das condições de vida dos envolvidos na atividade.

Estas são questões centrais que devem nortear qualquer estratégia de desenvolvimento rural. E, seguindo a tendência de diversificação das atividades produtivas nas propriedades rurais, o turismo se apresenta enquanto alternativa complementar às atividades agropecuárias, na intenção de se alcançar os objetivos acima propostos.

Por fim, observa-se a necessidade de estudo contínuo a respeito do Enoturismo em regiões tropicais, visto que se trata de tema bastante atual, não esgotando a discussão sobre o assunto. Sugere-se, como estudos futuros, uma análise aprofundada sobre a relação do turismo com o desenvolvimento local.



## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, José Anécio; FROEHLICH, José Marcos; RIEDL, Mário (Orgs.). **Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável**. Campinas: Papirus, 2000.

BARROS, Nilson Cortez Crócia de. **Análise Regional e Destinações Turísticas: possibilidades teóricas e situações empíricas em Geografia do Turismo**. Revista Turismo, Visão e Ação. ano 4. n. 11. p. 9-32. abril/dez 2002.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 1998.

CONDEPE. Instituto de Planejamento de Pernambuco. **Governo nos municípios: Plano regional de inclusão social - São Francisco estratégico**. Recife: CONDEPE/FIDEM, 2003.

CORIOLOANO, Luzia Neide. **Geografia do Turismo: abordagem crítica**. Fortaleza: UECE, 2005.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza. **Política de Turismo e Território**. São Paulo: Contexto, 2000.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 2 ed. São Paulo: HUCITEC, 1997.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa. **Programa de Marketing, Competitividade e Comercialização do Turismo nos municípios Petrolina, Lagoa Grande e Santa Maria da Boa Vista**. Petrolina: SEBRAE, 2003.