

ZONIFICACIÓN TURÍSTICA DE LA REGIÓN CENTRO-NORTE DEL ESTADO DE PIAUÍ (BRASIL) Aplicación de la teoría del espacio turístico de Roberto Boullón

Ricardo Gomes Ramos^{*}
Wilza Gomes Reis Lopes^{**}
Universidade Federal de Piauí
Teresina - Brasil

Resumen: La zonificación turística propuesta por Boullón (2002) es una forma de comprender el territorio turístico con un abordaje regional. Teniendo en cuenta la existencia del “Programa da Regionalização do Turismo” (Programa de Regionalización del Turismo), desarrollado por el Ministerio de Turismo brasileño, se busca comprender la manera de entender una región según la propuesta de Boullón cómo esta puede colaborar con el proceso de planificación y organización del turismo en determinada localidad. La autovía BR 343, localizada en el estado de Piauí (Brasil) promueve la unión entre la capital del estado, Teresina, y el litoral conformando un corredor turístico. De esa forma el presente documento, a través del abordaje teórico, tiene el objetivo de demostrar la zonificación de la región turística del centro-norte de Piauí como aporte a las posibles intervenciones turísticas que se produzcan en esa región, teniendo como elemento de base la oferta turística observada a lo largo de la autovía BR 343.

PALABRAS CLAVE: espacio turístico, Piauí, regionalización.

Abstract: Touristic Zoning at Northeastern Piauí's State (Brazil) Based on Roberto Boullón's Theory. The tourist zone theory developed by Boullón (2002) is a way to understand the tourist territory from a regional perspective. Once knowing the existence of the “Programa da Regionalização do Turismo” (Tourism and Regionalization Program) developed by the Brazilian Ministry of Tourism it is meant to understand how a tourist region, as described by Boullón, can provide tourism development to a specific geographical area. The BR 343 road, located at the Piauí State (Brazil) provides access from Teresina (Piauí's capital) and it's coastline, considered a tourism corridor. This paper aims, from a theoretical review, to describes the tourist zone process at Piauí's central-north area, as a alliance to further tourist interventions due to the tourism offer observed at the BR 343 road.

KEY WORDS: tourist zone, Piauí, regionalization.

^{*} Bachiller en Turismo por la Universidad Estadual de Ponta Grossa (UEPG - PR), Ponta Grossa, Brasil, y Master en Desarrollo y Medio Ambiente por la Universidad Federal de Piauí (UFPI) Teresina, Brasil. E-mail: ricardo0219@hotmail.com.

^{**} Arquitecta por la Universidad Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, Brasil, especialista en Urbanismo por la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte, Brasil, Máster en Arquitectura por la Universidad Federal de São Carlos (UFSCAR - SP) São Carlos, Brasil y Doctora en Ingeniería Agrícola por la Universidad Estadual de Campinas (UNICAMP - SP), Brasil. Docente de grado y posgrado de la Universidad Federal do Piauí (UFPI) Teresina, Brasil. E-mail: wilzalopes@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

Piauí es el tercer mayor estado de la región Nordeste de Brasil y cuenta con una población de más de tres millones de habitantes (IBGE, 2010), de los cuales 800.000 aproximadamente viven en la capital, Teresina. El estado posee características distintas en relación a la oferta turística observada en otras localidades del Nordeste de Brasil, principalmente en la ya fundamentada segmentación del *turismo de sol y playa*.

Estratégicamente localizado entre dos estados con potencial turístico desarrollado (Ceará y Maranhão), Piauí encuentra dificultades para expresar el diferencial turístico existente en el Estado a pesar de estar dotado de elementos de gran belleza escénica, como la *Serra da Capivara*, que podría subrayarlo entre los turistas que buscan experiencias de ecoturismo, turismo cultural y turismo arqueológico.

Con la menor franja litoral de Brasil (66 kilómetros) distante 350 kilómetros de Teresina es la única de las nordestinas situada en el interior y obliga al residente de la capital del Estado de Piauí a recorrer la BR 343 aproximadamente durante cuatro horas en auto (desde Teresina) para acceder al mar que baña las costas del Estado. La temperatura media anual de Piauí varía entre 25°C y 27°C; y el estado reúne *cerrado* (monte o sotobosque), *caatinga* (vegetación agreste), palmeras, un área de transición y la vegetación del litoral (Moreira & Mavgnier, 2007; Silva, 2004).

El estado de Piauí abarca los siguientes polos turísticos: Costa do Delta, que comprende los municipios de la costa del litoral; Aventura y Misterios, que comprende municipios como Piracuruca, Pedro II y Campo Maior ubicados en un radio de 200 kilómetros a partir de la Capital; de las Emociones, en la región centro-sur del Estado donde se localizan las Serras da Capivara y Confusões, dotadas de gran potencial para el ecoturismo; y el Polo Teresina.

Dichos polos fueron definidos por iniciativa del Ministerio de Turismo brasileño (MTUR), que al lanzar el *Programa de Regionalização do Turismo* incentivó a partir de 2004 a las unidades federativas a reconocer regiones turísticas dentro de su territorio y en 2007 específicamente en Piauí (Brasil, 2009).

En consecuencia se elaboraron itinerarios buscando la comercialización de destinos existentes en Piauí aunque sin éxito dado que el flujo turístico aún es poco relevante en el Estado. De esa forma, es necesario comprender el territorio turístico piauiense para planificar y organizar sus atractivos como una manera de agregar valor a la oferta existente en el estado.

Desde esa perspectiva la autovía BR 343 es un importante canal de distribución de flujos turísticos en el Estado, un corredor turístico que promueve la unión del centro Turístico de Teresina con el centro turístico de Parnaíba, la principal ciudad de la región del litoral del Estado.

CONSIDERACIONES SOBRE LA PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO

La organización territorial del turismo, también conocida como zonificación turística (Boullón, 2002) debe surgir de un proceso de planificación integrada de turismo demandando diferentes etapas o pasos (Petrocchi, 2005). Bahl (2004) destaca la importancia del reconocimiento de los atractivos en la esfera municipal para incrementar la permanencia de determinado grupo de turistas así como su coparticipación con los municipios vecinos también dotados de potencial turístico,.

En algunos casos pueden existir rivalidades políticas entre los municipios pertenecientes a una misma región turística. Por ese motivo, la coordinación regional del turismo es responsabilidad del organismo oficial de turismo de la unidad federativa en cuestión (Brasil, 2009).

Para estar acorde a la sustentabilidad (Leff, 2001; OMT, 2001; Ruschmann, 2002; Brasil, 2004a; Seifert, 2007), la regionalización del turismo busca organizar un itinerario (Acerenza, 2002) con los municipios geográficamente próximos capacitando posibles emprendedores y agentes de turismo local, promoviendo el conocimiento de la situación real y el potencial de sus atractivos y equipamientos. Merece especial atención la infraestructura básica y el mantenimiento de la calidad de las vías de acceso, incluyendo la señalización (especialmente la turística) y la respuesta a un plan de trabajo que atienda el desarrollo turístico local (Beni, 1998; Palhares, 2001; Page, 2003; Thomazi, 2006).

A diferencia de otras actividades económicas, el turismo no presenta resultados a corto plazo. Su planificación es de carácter estratégico constantemente analizado en el proceso de implementación, con acciones concretas en un plazo indeterminado y proyección de inversiones a futuro (para implementación de nuevos emprendimientos o adecuación de los ya existentes) (Petrocchi, 2005; Ruschmann, 2002; Lemos, 2005; Seiffert, 2007; Panosso Netto & Ansarah, 2009).

La faceta económica del turismo sustentable debe atender aspectos políticos, sociales, ecológicos y naturales como sugiere Seiffert (2007), o sea buscar la interacción entre los diferentes medios donde acontece el turismo enfocado en la sustentabilidad (Beni, 1998; Ruschmann, 2002).

Coriolano & Silva (2005: 147) describen la inconstancia en la faceta socioeconómica del turismo brasileño y destacan que *algunos municipios Nordestinos pasan por esa experienci*”, relatando la implementación de emprendimientos necesarios para atender a una cierta demanda sin promover oportunidades de empleo e ingreso al poblador local, separando lo social de lo económico.

En relación a los aspectos ecológicos y culturales del turismo, Ruschmann (2002), destaca la problemática de los destinos de sol y playa por la estacionalidad o la especulación inmobiliaria. Beni (1998) califica la relación turismo y sustentabilidad como insoluble, o sea que el turismo es una

actividad sustentable si su planificación es eficaz y prudente. Faria & Carneiro (2007) proponen el estudio de la capacidad de carga en localidades con oferta de ecosistemas y áreas costeras.

Barretto (2000) y Dias (2005) demuestran la capacidad del elemento cultura que es transformado en producto turístico y mantiene las costumbres étnicas o regionales; y la OMT (2001) refuerza la práctica del turismo sustentable como una forma de valorar los aspectos culturales de determinada localidad o región.

La carretera como un corredor turístico: consideraciones teóricas

Boullón (2002) afirma que el concepto de espacio turístico puede ser construido a partir de diferentes criterios considerando siempre los aspectos similares entre dos o más localidades pertenecientes a esa delimitación territorial, llamada región turística, contando con un corredor que una cada localidad turística con las otras, complementando la experiencia turística, acorde con la tendencia a la regionalización del turismo (Brasil, 2004a).

Según Boullón (2002) los corredores turísticos (vías de conexión entre zonas o áreas de una misma región turística) pueden ser clasificados de acuerdo con su función, como corredor turístico de traslado o estancia. El primero se refiere a la red de caminos de determinado país o región por donde se desplazan los flujos turísticos mediante el uso de determinado medio de transporte; mientras que el segundo se caracteriza por ser un corredor que promueve desplazamientos regionales de ida y vuelta, en el mismo día, a la localidad donde se da el pernocte (Boullón, 2002).

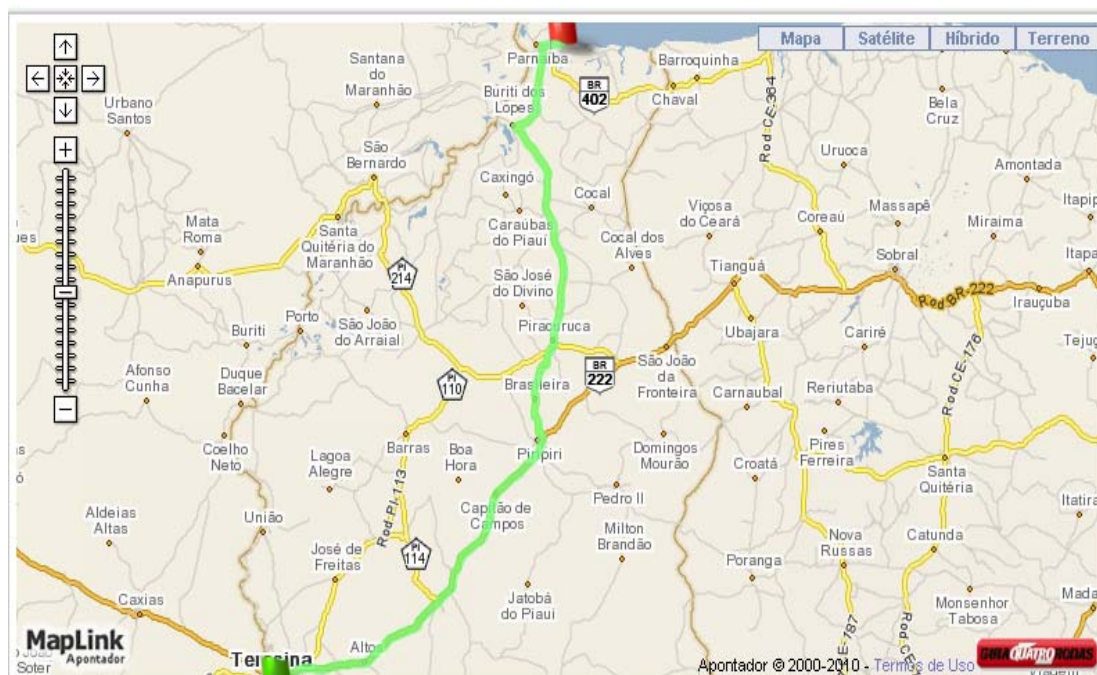
El transporte, por su parte, es clasificado de acuerdo con el medio utilizado: aire, agua o tierra. El último se denomina transporte terrestre y está subdividido en ferrocarril y automovilístico (Palhares, 2001). El automovilístico tiene como vía de traslado las rutas y caminos que, dentro de la coyuntura nacional, se subdividen en federales, estatales y municipales. Según las normas de clasificación del Departamento Nacional de Infraestructura de Transportes (DNIT, 2010), los caminos federales se dividen en:

0 (cero) autovías radiales – son las autovías que parten de la Capital Federal en dirección a los extremos del país; [...] 1 (uno) autovías longitudinales – son las autovías que cortan el país en dirección Norte - Sur; [...] 2 (dos) autovías transversales – son las autovías que cortan el país en dirección Este - Oeste; [...] 3 (tres) autovías diagonales – estas autovías pueden presentar dos modos de orientación: Noroeste - Sudeste o Noreste - Sudoeste; [...] 4 (cuatro) autovías de conexión – estas autovías se presentan en cualquier dirección, generalmente uniendo autovías federales, o uniendo una autovía federal a las ciudades o puntos importantes, o incluso a nuestras fronteras internacionales (Brasil, 2011: 1-4).

Las rutas representan una de las condiciones para que exista el turismo pues al interconectar ciudades, regiones, estados o países permiten una óptica regional del turismo donde las vías de acceso y circulación poseen un papel primordial en la distribución de los flujos, especialmente de aquellos que se concentran en los centros de estadía y recepción, o sea los corredores turísticos (Boullón, 2002; Pearce, 2003).

Al unir Teresina con el litoral del estado, la BR 343 clasificada como autovía diagonal puede ser considerada un corredor turístico de traslado a partir del momento en que se constata su uso para el desplazamiento de flujos turísticos (Pearce, 2003; Bahl, 2004; Beni, 2006).

Figura 1: Autovía BR 343, entre Teresina y el litoral de Piauí (destacados)



Fuente: Maplink / Guia Quatro Rodas

La organización de un corredor turístico de traslado depende no necesariamente del camino más rápido sino de aquellos que pasan por los mejores paisajes suponiendo que el tiempo de desplazamiento es compensado por la belleza paisajística extendiendo su influencia más allá de su propia superficie, conectando zonas, centros o áreas turísticas que por su parte poseen otras segmentaciones como establecen Bahl (2004), Beni (1998; 2006), Boullón (2002), Coriolano y Silva (2005) y Pearce (2003).

[...] *no todas las localidades reúnen atractivos turísticos en cantidad suficiente para desarrollarse como centros de recepción, dependiendo de los existentes a su alrededor, permitiéndoles ampliar el abanico de opciones para la práctica de actividades y el usufructo del turismo* (Bahl, 2004: 31).

Beni (2006: 125) destaca que el desarrollo del turismo a nivel regional debe encararse con una:

[...] perspectiva de desarrollo que permita toda la planificación estratégica de las regiones turísticas que deberán ser complementarias entre sí y capaces de incrementar el poder de atracción del destino, así como los beneficios producidos por la actividad turística en sus municipios, considerando la regionalización turística o el proceso de clusterización del destino.

Boullón (2002: 71) afirma que: *Cuando un sistema de planificación turística comienza a operar la primer cosa que se debe hacer es definir un ámbito de acción en función de la regionalización. Esa tarea consiste en dividirlo en partes, de acuerdo con una serie de criterios técnicos*”.

En base a estas afirmaciones, Coriolano & Silva (2005) destacan las consideraciones acerca del espacio establecidas por Boullón (2002) como elementos que fundan los criterios necesarios para la regionalización del espacio. Para Boullón (2002: 80) el espacio puede ser dividido en:

Zona – comprende la mayor unidad de análisis y estructuración, debiendo poseer un número mínimo de 10 atractivos; Área – las partes en que se puede subdividir una zona, debiendo estar dotadas de atractivos turísticos contiguos; Centro – todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo e influencia capaces de motivar un viaje turístico; Corredor – pudiendo ser dividido en traslado o escala, está conformado por las diferentes formas de acceso entre un centro y otro, estando presente en una zona.

Pearce (2003: 30) destaca que en el análisis del espacio turístico se debe tener en cuenta que: *aquellos que viajan por rutas recreativas hacen uso de diversas instalaciones turísticas a lo largo del camino, aunque el área interviniente no se constituya en el objetivo principal del viaje*. De esa forma, Pearce (2003) señala la relevancia en la organización de las vías de acceso como opción de uso para fines turísticos, demostrando la relevancia de la señalización de los atractivos y equipamientos así como de la valoración de cuestiones culturales que se hacen presentes en el camino entre los centros turísticos. Como ejemplo puede ser citado el comercio de derivados como jaleas, mermeladas y otros productos que se consideran típicos o regionales.

En ese sentido, al configurarse las teorías del espacio el producto puede organizarse de forma gradual a nivel regional, haciendo que no se limite a un único municipio sino a una región, como sucede en diferentes lugares. Tal es el caso de la Patagonia Argentina (Boschi & Torre, 2005), el Litoral de Santa Catarina (Pires, 2005; Costa, Pereira & Hoffmann, 2006), el Litoral oeste de Ceará (Arruda & Holanda, 2004), la Región de Blumenau – SC (Santos & Nunes, 2001), Foz do Iguaçu – PR (Massukado & Teixeira, 2006) y el Estado de Maranhão (Santos & Teixeira, 2009).

Boschi & Torre (2005) destacan que la principal vocación turística de la Patagonia Argentina es la contemplativa (o ecoturismo). Por ese motivo al promoverse el producto se utiliza la esfera regional (Patagonia) en vez de la municipal a fin de compartir los beneficios causados por el flujo turístico. Por lo tanto, dicha región utiliza las rutas nacionales 258 y 40 como corredores de unión entre las

diferentes áreas o centros de la región patagónica, las que se destacan como esenciales para el turismo en la región. *Las rutas y los asentamientos dentro y en el borde de las áreas protegidas son fuerzas de gravitación en el desarrollo de los espacios turísticos en la zonificación turística contemplada en la planificación general de las áreas protegidas* (Boschi & Torre, 2005: 77).

Sobre Santa Catarina, Pires (2005) y Costa, Pereira & Hoffmann (2006) destacan el potencial de la BR 101 como corredor turístico ya que esta autovía reúne diferentes destinos, tales como Joinville, Balneário Camboriú, Governador Celso Ramos, Florianópolis, Bombas, Guarda do Embaú, Garopaba, Rosa y Laguna, entre otros. Dichos lugares poseen estructura y potencial no sólo para el turismo de sol y playa sino también para segmentos que contemplan la recreación, la práctica de deportes (surf o buceo) además del turismo cultural, teniendo en cuenta la fuerte influencia azoriana y germánica en esa región del estado.

En relación al litoral oeste de Ceará, Arruda & Holanda (2004) destacan que la demanda que busca a Jericoacoara en especial, está detrás del sol, la playa y la diversión nocturna y muchos de los visitantes son de otros estados o países e incluyen esa visita por estar en Fortaleza. En ese sentido, la capital del estado de Ceará al comportarse como centro de estadía y distribución posee un importante papel en la composición de la demanda que va a Jericoacoara pues muchas de esas personas reparten sus días entre esa playa y la capital durante más de siete días, haciendo de la autovía CE 085 junto con la autovía BR 402 un importante canal de comunicación entre los dos destinos, es decir un corredor turístico.

Santos & Nunes (2001) destacan el potencial para la práctica del turismo rural y el agroturismo en los municipios de Blumenau y Brusque, en Santa Catarina, resaltando la importancia de trabajar de forma regional para mejorar la competitividad, señalando la relevancia de los estudios de itinerarios para inventariar y diagnosticar el potencial turístico de las regiones, y de la capacitación de la población local para aprovechar mejor el fenómeno turístico en el lugar.

Sobre Foz do Iguaçu, Massukado & Teixeira (2006) reconocen la ciudad como un centro de estadía y distribución hacia los municipios que bordean el lago de Itaipu. A diferencia de lo observado hasta la década de 1990 cuando los turistas que llegaban a Foz do Iguaçu buscaban básicamente contemplar las cataratas y conocer la triple frontera, hoy incluyen la oferta turística del entorno en su experiencia de consumo. Esto fue referido por un gestor de la región durante la entrevista realizada por Massukado & Teixeira (2006: 212), afirmando que *los corredores turísticos buscan dar una caracterización especial, que llame la atención del turista*, y que el flujo turístico no se limita sólo al centro de Foz do Iguaçu. Es imprescindible destacar que los gobiernos municipales, estatales y federales al organizar y promover al municipio como un destino colaboran con el fortalecimiento del turismo en los municipios vecinos, si bien Foz do Iguaçu es la localidad de desembarque/embarque y pernocte.

En relación al estado de Maranhão, Santos y Teixeira (2009) destacan, inicialmente, la importancia del turismo bajo la óptica de la sustentabilidad como factor de valoración de los aspectos culturales fuertemente presentes en el Estado. Por eso destacan la importancia del desarrollo integrado de los aspectos económicos, sociales, urbanos y de preservación de los recursos naturales como una tela de araña, ya que la conectividad entre estos es de extrema importancia para que el turismo fluya de acuerdo con lo programado.

Santos & Teixeira (2009) afirman que Maranhão busca solidificar el turismo de forma regional en su territorio, considerando las cinco regiones turísticas apuntadas como prioritarias (Polo da Floresta dos Guarás, Polo Lençóis Maranhenses, Polo Chapada das Mesas, Polo Delta das Américas y Polo São Luís) de manera reconocer y entender las relaciones y el desempeño de los movimientos sociales de cada territorio como base para la formación del espacio, fundamentado en redes de cooperación.

En ese contexto se destaca el uso de las rutas entre uno o más destinos para el flujo de personas promoviendo la movilidad de los individuos. Como observa Almeida (2006: 74), *la visita a lugares históricos y a atractivos naturales, así como la contemplación de los paisajes a la vera de las rutas, son buenos ejemplos de esta modalidad.*

Para Almeida (2006: 74) la contemplación es una modalidad de turismo que *no precisa lidiar con el uso repetitivo de los lugares por parte del mismo usuario de vez en cuando*, poniendo sobre el tapete el debate sobre otro tipo de turismo o de destino que *requiere un conjunto de actividades repetitivas y limitadas a una población localizada* y relacionado con la regionalización.

Su percepción se remite a una previa clasificación del espacio turístico que de acuerdo con Bahl (2004), Beni (2006) y Coriolano & Silva (2005) se establece en el uso del espacio geográfico por parte de la actividad turística, y tiene diferentes denominaciones de acuerdo con su dimensión e interrelaciones excepto de carácter económico. Como observan Coriolano & Silva (2005:110):

Boullón considera el espacio geográfico como un espacio turístico que es un sistema formado por región, zona, áreas, centro, complejo, núcleo, corredor y unidad. Muestra también las correlaciones entre esos espacios, pero no explica las relaciones económicas y políticas en la producción de estos espacios.

La clasificación del espacio turístico sugerida por Boullón (1985) surge, de acuerdo con Panosso Netto (2005), en la *fase paradigma – sistema de turismo*, seguida de la *fase pre paradigmática*, caracterizada por *autores que desarrollaron estudios antes del surgimiento de la perspectiva del turismo como sistema*, como Raymundo Cuervo (México) y Salah-Eldin Abdel Wahab (Egipto). En el mismo contexto de Boullón (México) surge en Brasil como fruto de una tesis de doctorado (ECA/USP

- 1988) el “Análisis Estructural del Turismo” desarrollado por Mário Carlos Beni (Panosso Netto, 2005).

Presentada en subsistemas, la teoría de Beni busca describir el turismo en base a las siguientes relaciones: Ambientales; Organización Estructural; y Acciones Operativas. En lo que atañe a la organización estructural, Beni (1998: 130) destaca que:

Las inversiones en infraestructura del sistema vial y de transportes merecen especial atención en todo el proceso de análisis de la infraestructura necesaria para el turismo que, evidentemente, sin condiciones de acceso y sin medios de transporte no puede existir. [...] En la planificación de la construcción de una carretera se deben evaluar para su pleno aprovechamiento: el tipo de pavimento y la extensión mínima transitable, respetando las normas de seguridad y de señalización; el valor paisajístico de la ruta; el número de carriles y sus respectivas obras de arte; el relevamiento de los tipos de vehículo que circulan; y los equipamientos de apoyo a los usuarios, como equipos de comunicación, puestos de abastecimiento y servicio, lugares gastronómicos, socorro paramédico, entre otros (Beni, 1998: 130).

A título de ilustración, Beni (1998: 130) cita ejemplos en Brasil, como:

La ruta Paranaguá – Curitiba, la ruta Velha do Mar y la de Pico do Jaraguá, que si bien no fueron creadas con el objetivo específico de ser carreteras turísticas, pueden ser consideradas como tales debido a sus características, si se analizan sus patrones y las condiciones que las definen.

Buscando interrelacionar lo afirmado por Beni (1998) y por Boullón (1985:75) en una nomenclatura específica del turismo las rutas o caminos son considerados corredores turísticos definidos como, *redes de carreteras o caminos de una región a través de las cuales se movilizan los flujos turísticos para cumplir sus itinerarios, que también pueden agrupar ciudades de manera lineal.* Coriolano & Silva (2005: 111) definen a la región como:

Una porción de territorio con indicadores naturales, económicos y culturales similares que se componen de porciones menores, cada una con una función específica. Es un espacio geográfico que presenta características y potencialidades similares y trabaja de forma integrada.

Aquí se observa coincidencia con el Programa de Regionalización del Turismo desarrollado por el MTUR que busca fortalecer los destinos turísticos brasileños compartiendo atractivos para dar calidad al producto turístico mediante la diversificación de la oferta existente en determinada porción territorial (Brasil, 2004b; Brasil, 2007).

Según Boullón (2002), al analizar los atractivos y equipamientos turísticos a nivel regional éstos se conectan entre sí a través de los corredores. Así, se amplía la importancia de un corredor turístico

por el mayor flujo de personas y también porque resulta una forma de ayudar a planificar y desarrollar el turismo a nivel regional.

La eficacia de la planificación en el ámbito regional sólo será vislumbrada a partir del momento en que se consiga caracterizar el producto de forma integrada, que debe ser entendido como un sistema. Como señala Petrocchi (2002: 37), *Los sistemas turísticos se desarrollan en el entorno físico de escenarios naturales, o históricos, o urbanos, o culturales o recreativos, aislados o combinados. Crecen alrededor de atractivos turísticos, siempre constituyendo, aglomeraciones geográficas”*.

Para Petrocchi (2002) el entorno físico del turismo está compuesto por diferentes tipos de escenarios (naturales, históricos, urbanos, etc.) y, por ese motivo, deben ser caracterizados de acuerdo con su composición y atractividad. La planificación del turismo cuenta entre sus fases el inventariado, como observa Leno Cerro (1993, citado por Almeida, 2006: 51):

Los métodos de clasificación e inventario de los recursos constituyen los primeros pasos en el análisis del potencial turístico de una zona, facilitando la identificación de aquellos elementos o actividades que tienen cierto poder actual o potencial para atraer la demanda turística.

El inventario es una herramienta de identificación de los elementos turísticos existentes en determinada zona cuya utilidad está dada por la atracción de determinada demanda que torna necesario comprender el comportamiento del turista, que conforma la idea de consumo de una localidad cualquiera y se caracteriza por el desplazamiento entre el origen y el destino. En este sentido, Beni (1998: 222) afirma que:

Siendo el viaje un movimiento entre dos puntos (emisor y receptor), se verifica que la demanda turística de ese movimiento depende tanto de las características relativas a esos dos puntos como del costo de ese movimiento.

La demanda turística se compone del turista y de la suma de inversiones para la realización de su desplazamiento que, por su parte, está influenciado por *factores de orden socioeconómico, factores de orden psicológico y factores específicos de cada destino turístico* (Beni, 1998: 203).

Por tratarse de cuestiones subjetivas dichos factores dificultan la comprensión del motivo que lleva a determinado individuo a elegir un destino *A* en vez de un destino *B*. Sin embargo, al segmentarse el mercado, o incluso el nicho de oferta en turismo, se consigue dimensionar no el control de la decisión individual sino la preferencia de diferentes grupos de turistas que acaban siendo semejantes mediante las elecciones hechas en un universo de oferta de productos y destinos (Oliveira, 2001).

La segmentación del turismo, según Barretto & Rejowski (2009: 03):

Busca identificar los motivos del viaje; la composición del grupo del viaje; el ámbito geográfico del viaje; el lugar de la práctica del turismo; el tipo de transporte y alojamiento utilizado; la época y la duración del viaje; los servicios requeridos; las actividades desarrolladas; el tipo de viaje; el grado de fidelidad del consumidor; los gastos, además de las características del comprador, como el nivel de ingreso; y las características demográficas y psicográficas, entre otros.

Dada la complejidad de la información en la caracterización de determinada demanda, se busca comprender de qué manera una vía de acceso pasible de transformarse en corredor turístico puede ser evaluada.

En referencia a la franja de la BR 343 entre Teresina y el litoral de Piauí, es necesaria la división del espacio turístico de la región atravesada por la autovía como elemento director del análisis cualitativo propuesto en esta investigación (Boullón, 2002). La información sobre el potencial turístico de esa región fue obtenida en la literatura (Ferreira, 2011; Fundação CEPRO, 2001; Moreira & Mavignier, 2007; Silva, 2004; Tavares, 2009), la observación del espacio y las entrevistas con los agentes locales de turismo tales como gestores municipales y estatales, policías de tránsito y emprendedores de la región.

El espacio turístico de la región centro norte de Piauí

La información sobre el potencial turístico de la franja centro-norte del estado demuestra que esa región de Piauí posee diversos elementos de interés para el turismo. Sin embargo, lo que se observa es que tales atractivos se encuentran aislados, sin una promoción integrada, haciendo que individualmente posean escasa o ninguna relevancia para la afluencia de turistas.

Cuadro 1: Información de los municipios atravesados por la BR 343 entre Teresina y el litoral de Piauí

MUNICÍPIO	ASPECTOS HISTÓRICOS	RECURSOS NATURALES	RECURSOS CULTURALES	OTRAS INFORMACIONES
Teresina	Fundada el 16/08/1852	Parques ambientales - Flora Fósil; Zoo-botánico; y Encuentro de los Ríos	<i>Poti Velho</i> ; religiosidad; gastronomía (<i>cajuína</i>)	Polo de salud; turismo de eventos; <i>Folgedos</i> ; Feria de los Municipios; Salón Internacional del Humor; Expo Agropecuaria)
Altos	XXX	FLONA Palmares	XXX	Fábrica de procesamiento de caju.
Campo Maior	Origen siglo XVII; 1823 – Batalla do Jenipapo	Serra de Santo Antônio; dique Grande	<i>Carne de sol</i> (preparado a base de carne seca); Museo de Zé Didor; Museo del cuero; Matriz de Santo Antônio; Memorial Batalla do Jenipapo	Festejos de Santo Antônio (junio)
Cocal de Telha		XXX		Distante 116 km de la capital, Teresina
Cap. de Campos		XXX		Distante 126 km de la capital, Teresina

Piripiri	Emancipación en 1910	Dique Caldeirão (baño, buceo y deportes náuticos) Parque Nacional de 7 Ciudades (acceso vía BR 222); Parque Municipal Cachoeira da Conceição.	04/07 Aniversario de la ciudad 16/10 Festejos N.S. Remédios; Museo de Perypery	Nombre de origen Tupi (<i>capim o fazenda pequena</i>) Posición geográfica privilegiada en el entroncamiento de la BR 343 e BR 222
Brasileira	XXX	Parte del Parque Nacional de Siete Ciudades	XXX	Distante 172 Km de la capital, Teresina; Integrante de la APA Serra da Ibiapaba
Piracuruca	Origen de la Fazenda Sitio (siglo XVIII) Centro de devoción a N. S. do Carmo	Parte del Parque Nacional de 7 Ciudades; Lagoa da barragem nova do rio Piracuruca; Complejo Turístico Prainha	Batalla de la lagoa do Jacaré – preludio de la Batalla do Jenipapo; Iglesia de N.S. do Carmo	Nombre de origen indígena (<i>pira – pez; curuca – piracema</i>); Piedra de Piracuruca (pizarra)
Buriti dos Lopes	XXX	Tabuleiros del litoral de Piauí (irrigación)		Dique Grande do Buriti
Parnaíba	Siglo XIX – centro de las ideas democráticas del PI; Primera villa del Norte de Piauí en proclamar su independencia (19/10/1822)	Praia da Pedra do Sal; Lagoa do Portinho; delta do Parnaíba	Centro histórico delimitado por el IPHAN; Espacio Cultural Porto das Barcas	Práctica de Windsurf (Lagoa do Portinho)
Luís Correia	Territorio cearense trocado por Crateús; punto de desembarque de tropas en la revuelta de la Balaiada	28 km del litoral; lagoa do Sobradinho	N.S. Conceição – Padroeira (festejos entre 01 y 08/12); Procesión acuática de Bom Jesus dos Navegantes (26/06)	Práctica de Kitesurf (praia do Coqueiro)

Fuente: Moreira y Mavignier (2007), Pinheiro y Moura (2010) y Silva (2004); adaptado por el autor

Se nota, por lo tanto la relevancia en la lectura del espacio turístico, definiéndose el alcance de una zona turística: [...] *el límite de dos horas sirve de ayuda práctica para calcular la magnitud del territorio turístico [...] en esos casos, la distancia tiempo máxima puede llegar a 200 km* (Boullón, 2002: 85).

Boullón (2002) define la zona como la mayor unidad de análisis y estructuración del universo espacial turístico, destacando que ésta deberá tener al menos diez atractivos suficientemente próximos. Partiendo de Teresina, en base a una distancia tiempo de 200 km, con la BR 343 como vía de desplazamiento, se atraviesan los municipios de Altos, Campo Maior, Capitão de Campos, Piripiri y Piracuruca. En la dinámica de la regionalización, por lo tanto, se entiende que esos municipios puedan ser usufructuados por quienes están en la capital del estado.

Partiendo de la hipótesis de que Teresina es la principal puerta de ingreso de turistas que llegan por vía aérea al estado, se afirma que esta ciudad será el lugar donde se pernochará, inclusive tratándose de la visita a las localidades incluidas en el radio de distancia tiempo de 200 kilómetros. A fin de definir la función de cada uno de esos municipios, se considera para cada uno de ellos el concepto de centro de Boullón (2002: 84):

Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico [...] de ida y vuelta en el mismo día, con un radio de influencia calculado en dos horas de distancia-tiempo.

Además de la caracterización espacial, los centros turísticos también poseen diferencias en lo que respecta a su función, pudiendo ser divididos, según Boullón (2002), en:

- Centros turísticos de distribución – aquellos donde los turistas después de la visita a los atractivos incluidos en su radio de influencia vuelven a dormir;
- Centros turísticos de estadía – localidades donde el turismo se da por un único atractivo;
- Centros turísticos de escala – coinciden con las conexiones de las redes de transporte y con las etapas intermedias de las rutas de larga distancia;
- Centros turísticos de excursión – localidades que reciben por menos de 24 horas a turistas procedentes de otros centros.

En la Figura 2, se visualiza un radio de 200 kilómetros, partiendo de Teresina, así como el alcance de ese mismo radio partiendo de Parnaíba, destacando que ambos municipios forman parte del Programa de los 65 Destinos Inductores desarrollado por el Ministerio de Turismo (Brasil, 2004a).

Figura 2: Alcance de la distancia tiempo de 200 km entre Teresina – Litoral



Fuente: Brasil (2011), Adaptado por el autor

En el ámbito regional el destino inductor deberá estimular el desarrollo de actividades complementarias para la estadía del individuo permitiendo el fortalecimiento de las segmentaciones del turismo como el agroturismo, la cultura, la gastronomía, etc. (Seabra, 2007; Brasil, 2009).

En base a esa división, se cabe señalar que Teresina – Piracuruca es el primer radio o zona analizada.

Cuadro 2: Caracterización de la Zona Turística I (Teresina – Piracuruca)

MUNICIPIO	CARACTERIZACIÓN	JUSTIFICATIVA
Teresina	Centro de Estancia Centro de distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Red hotelera fundamentada; • Estructura aeroportuaria.
Altos	Centro de Excursión	<ul style="list-style-type: none"> • Potencial para turismo en áreas naturales (FLONA Palmares)
Campo Maior	Centro de Excursión Centro de Escala	<ul style="list-style-type: none"> • Potencial para turismo gastronómico (carne de sol); • Potencial para turismo histórico-cultural (Batalla do Jenipapo); • Potencial turismo en áreas naturales (Serra do Santo Antônio); • Entroncamiento con PI 115 (Castelo do Piauí)
Capitão de Campos	Sin caracterización	No reúne atractivos suficientemente capaces de promover un desplazamiento.
Piripiri	Centro de Escala Centro de Estancia	<ul style="list-style-type: none"> • Entroncamiento BR 343 – 222 (Fortaleza); • Entroncamiento BR 343 – PI 404 (Pedro II); • Parque Nacional de Siete Ciudades; • Estructura hotelera considerable.
Brasileira	Sin caracterización	No reúne atractivos suficientemente capaces de promover un desplazamiento.
Piracuruca	Centro de Escala	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso al litoral del estado; • Acceso a Esperantina (Cachoeira do Urubu).

Fuente: Elaboración propia en base a Boullón (2002)

Dicha configuración propone inicialmente la sugerencia de algunos itinerarios para recorrer esa región. Se considera la observación de Acerenza (2002) sobre la finalidad del transporte dentro del sistema turístico, así como de la posibilidad de planear posibles itinerarios en la región en base al potencial de la primera zona turística, Teresina – Piracuruca.

Cuadro 3: Sugerencias de itinerarios turísticos para la zona I (Teresina – Piracuruca)

ORIGEN	MUNICIPIO (S)	INFORMACIÓN GENERAL
Teresina	<i>Teresina (2 días)</i>	<i>Check in hotel // almuerzo (llegada a la mañana); Central Artesanado; Encuentro de los Ríos (regreso puente); Día 2 - Mañana – parques ambientales (Flora Fósil, Parque de la Ciudad); City tour centro con puente metálico.</i>
Teresina	<i>Teresina – Altos – Campo Maior – Teresina (1 día)</i>	<i>Mañana – salida Altos (visita FLONA) continuación Campo Maior (almuerzo); Luego del almuerzo, city tour Monumento Jenipapo + centro histórico + complejo recreativo / dique + Museo Zé Didor; Regreso a Teresina.</i>
Teresina	<i>Teresina – Campo Maior (2 días)</i>	<i>Mañana – salida Campo Maior y visita a Serra Santo Antônio (lunch antes de la ida a la sierra // almuerzo al final de la tarde) Almuerzo // Monumento Jenipapo // Hotel. Día 2 - City tour centro histórico + complejo recreativo / dique + Museo Zé Didor (mañana); Salida para Castelo do Piauí; Pedro II; Siete Ciudades</i>
Campo Maior	<i>Campo Maior - Piripiri (2 días)</i>	<i>Almuerzo en Campo Maior y salida (con la opción de almuerzo en Piripiri; llegada a Piripiri con visita al dique Caldeirão, centro histórico, museo Pery-Pery y cluster de confección – pernocte en hotel (Hotel Fazenda); Día 2 - Visita al Parque Nacional de Siete Ciudades; Salida para Parnaíba</i>

Fuente: Elaboración propia

En conformidad a los itinerarios propuestos, se observa que la zona I (Teresina – Piracuruca) posee un potencial máximo de seis pernoctes y un mínimo de cinco, media que se considera

interesante excluyendo la posibilidad de incrementar esa permanencia con la inclusión de las ciudades de Castelo do Piauí, Pedro II y Esperantina.

En el Cuadro 2, la posibilidad de realizar el recorrido Piripiri – Parnaíba no fue explicitada, pues se trata de la segunda zona turística (Piracuruca – Parnaíba). Remetiéndose al Cuadro 1, se nota la importancia de la localización de Piripiri, en el cruce de la BR 343 y la BR 222 (que une Piauí y Ceará), justificando su categorización como centro de escala y/o estadía, tal como sucede en Campo Maior, que se une al municipio de Castelo do Piauí.

En relación a la zona II (Piracuruca – Parnaíba) se presenta la clasificación de los municipios, en base a Boullón (2002).

Cuadro 4: Caracterización de los municipios pertenecientes a la Zona Turística II (Piracuruca – Luís Correia)

MUNICÍPIO	CARACTERIZAÇÃO	JUSTIFICATIVA
Piripiri	Centro de Escala Centro de Estada	<ul style="list-style-type: none"> • Entroncamento BR 343 – 222 (Fortaleza); • Entroncamento BR 343 – PI 404 (Pedro II); • Parque Nacional de Sete Cidades; • Estrutura hoteleira considerável; • Roteiro Integrado com Ceará (Serras Nordeste).
Brasileira	Sem caracterização	Não congrega atrativos suficientemente capazes de promover um deslocamento.
Piracuruca	Centro de Escala	<ul style="list-style-type: none"> • Acesso ao litoral do estado; • Acesso a Esperantina (Cachoeira do Urubu).
Buriti dos Lopes	Sem caracterização	Não congrega atrativos suficientemente capazes de promover um deslocamento.
Parnaíba	Centro de Estada Centro de distribuição	<ul style="list-style-type: none"> • Estrutura aeroportuária (sem vôos comerciais até a presente data); • Acesso ao Delta das Américas; • Roteiro integrado com Ceará e Maranhão (Rota das Emoções); • Potencial para o turismo arquitetônico; • Base para visita a Luís Correia e Cajueiro da Praia
Luís Correia	Centro de estada	<ul style="list-style-type: none"> • Estrutura hoteleira e de veraneio; • Oferta de recurso marítimo

Fuente: Elaboración propia en base a Boullón (2002)

A diferencia de la franja comprendida por la zona I (Teresina – Piracuruca), la zona II (Piracuruca – Parnaíba) posee una oferta menor y la imposibilidad de crear un itinerario, excepto por las características de Buriti dos Lopes que cuenta en la plaza del centro de la ciudad la oferta de tapioca (en aproximadamente ocho puestos). A pesar de la precariedad, la parada resulta “obligada” para quienes se desplazan al litoral del estado.

En relación a los municipios próximos a BR 343, se citan São Miguel do Tapuio, Saco do Juazeiro, Batalha, Esperantina, Joaquim Pires y Luzilândia por la presencia de elementos cuyo potencial se remite a la práctica del turismo cultural, turismo en áreas naturales (ecoturismo y turismo

náutico); recordando que su oferta aún no está preparada, por lo tanto dichos recursos deben entenderse como potenciales y no como un producto.

En ese sentido, al proponer la zonificación turística de la región centro-norte del Estado se observa la capacidad de dividirla en 2 zonas, siendo la primera influenciada por Teresina y la segunda inter-seccionada por el Parque Nacional de Siete Ciudades con la primera, en una distancia tiempo aproximada de 200 kilómetros hasta el litoral del estado (Boullón, 2002).

CONSIDERACIONES FINALES

Partiendo de la hipótesis de que la BR 343 es un corredor turístico, se afirma que su patrimonio turístico posee una fuerte tendencia hacia las segmentaciones cultura y turismo en áreas naturales, preponderantemente.

Sin embargo, su oferta está bastante desarticulada, incluso en los casos de las rutas creadas por organismos y autarquías relacionados con el turismo, tales como las Serras Nordeste y la Ruta de las Emociones. Dicho escenario se justifica por la escasa atractividad de los municipios al ser analizados individualmente.

Considerando la realidad turística de Teresina, que hoy se comporta como un centro de estadía y distribución de flujos especialmente de aquellos en busca del litoral del estado, se nota la relevancia de la regionalización del turismo para lograr un mejor aprovechamiento de la demanda real que utiliza el espacio piauiense con fines turísticos.

De esa forma, se comprende que la regionalización es una importante manera de promover la lectura del espacio turístico piauiense a fin de agregar recursos, atractivos y equipamientos compartidos logrando que un grupo de municipios, geográficamente próximos, pueda usufructuar los beneficios provenientes del turismo.

Después de presentar la posibilidad de la zonificación turística en el centro norte de Piauí es importante destacar que el proceso de planificación integrada del turismo en esa región demanda diferentes fases o pasos. La primera es promover que el gobierno municipal entienda que existe la posibilidad de agregar un producto en el cual participen todos sus municipios.

En algunos casos dicha cuestión se presenta como un obstáculo ya que pueden existir rivalidades o desacuerdos en temas políticos motivo por el cual es la responsabilidad del organismo estatal de turismo promover dicha regionalización. Para esto, los organismos competentes de turismo existentes en el estado deben planificar inversiones iniciales tales como la capacitación de posibles emprendedores y agentes de turismo local o el mantenimiento de la calidad de las vías de circulación, incluyendo la señalización (especialmente turística).

Paralelamente deben implementar un plan de trabajo con el fin de presentar a los municipios una metodología eficaz para poder obtener los resultados esperados en lo que concierne a la responsabilidad de la esfera administrativa municipal.

La existencia de una autarquía estatal de turismo (PIEMTUR), la cual responde por la promoción del Estado en las ferias nacionales e internacionales demanda la necesidad de elaborar mapas y otros materiales que enfoquen la región. Además de sugerir itinerarios y buscar asociaciones con operadoras de turismo y otras empresas que oferten el servicio necesario para el desplazamiento (rentadoras de automóviles), el hospedaje (hoteles y posadas), la gastronomía (restaurantes) y otros servicios demandados por los turistas (estaciones de combustible, bares, artesanos, etc.); valorando y dimensionando la oferta turística observada en el centro-norte del estado de Piauí.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. A.** (2002) "Administração do turismo". EDUSC, Bauru
- Almeida, M. V.** (2006) "Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras". Tese (Doutorado em Comunicação e Artes). ECA, Universidade de São Paulo, São Paulo
- Arruda, D. M. O & Holanda S. M. M.** (2004) "Uso de variável subjetiva como critério de segmentação do mercado turístico: o caso de Jericoacoara no Ceará". *Turismo: Visão e Ação* 6 (2): 137 – 149
- Bahl, M.** (2004) "Agrupamentos turísticos municipais". Protexto, Curitiba
- Barretto, M. & Rejowski, M.** (2009) "Considerações epistemológicas sobre segmentação: das tipologias turísticas à segmentação de mercado". In: Panosso Netto, A.; Ansarah, M.G.R. (org.) *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas*. Manole, Barueri, pp. 3-18
- Barretto, M.** (2000) "Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento". Papirus, Campinas
- Beni, M. C.** (2006) "Política e planejamento de turismo no Brasil". Aleph, São Paulo
- Beni, M. C.** (1998) "Análise estrutural do turismo". SENAC, São Paulo
- Boschi, A. M. & Torre, G.** (2005) "La zonificación turística en áreas protegidas: Caso Norpatagonia Andina – Argentina". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 14 (1): 72 – 86
- Boullón, R.** (2002) "Planejamento do espaço turístico". EDUSC, São Paulo
- Boullón, R.** (1985) "Planificación del espacio turístico". Trillas, Mexico
- Brasil** (2011) "Nomenclatura das rodovias federais". Ministério dos Transportes, Departamento Nacional de Infra-estrutura de transportes (DNIT). Disponível em <<http://www.dnit.gov.br/rodovias/rodoviasfederais/nomeclaturadasrodoviasfederais/nomeclatura-das-rodovias-federais-1/>> Acesso em 15 set. 2011
- Brasil** (2009) "Programa de qualificação à distância para o desenvolvimento do turismo: formação de gestores das políticas públicas do turismo". Ministério do Turismo, Secretaria de Políticas de Turismo, SEAD/FAPEU/UFSC, Florianópolis
- Brasil** (2007) "Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional: Relatório Brasil/ Ministério do Turismo". Ministério do Turismo, Brasília

- Brasil** (2004a) "Roteiros do Brasil". Programa de Regionalização do Turismo, Ministério do Turismo, Brasília
- Brasil** (2004b) "Instrumento de pesquisa para o inventário da oferta turística". Ministério do Turismo, Secretaria de Políticas de Turismo, Brasília
- Coriolano, L. N. M. T. & Silva, S. C. B. M.** (2005) "Turismo e Geografia: abordagens críticas". UECE, Fortaleza
- Costa, H. A.; Pereira, R. M. F. do & Hoffmann, A.** (2006) "Compreendendo o espaço turístico de Balneário Camboriú como insumo para o estudo da competitividade local". Turismo: Visão e Ação 8 (2): 223 – 234
- Dias, R.** (2005) "Turismo e patrimônio cultural". Saraiva, São Paulo
- DNIT - Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes** (2010) "Nomenclatura das rodovias federais". Ministério dos Transportes. Disponível em: <<http://www.dnit.gov.br/rodovias/rodovias-federais/nomeclatura-das-rodovias-federais>>. Acesso em 24 abr. 2010
- Faria, D. S. & Carneiro, K. S.** (2007) "Sustentabilidade ecológica no turismo". Editora Universidade de Brasília, Brasília
- Ferreira, R. C.** (2011) "Lazer e potencialidades para o turismo em Piracuruca, Piauí". Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente), PRODEMA-TROPEN, Universidade Federal do Piauí, Teresina
- Fundação CEPRO** (2001) "Plano estratégico de desenvolvimento turístico do Piauí. Carta Cepro". Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí, Teresina, 20 (1): 1-17
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** (2010) Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 07 nov. 2010
- Leff, E.** (2001) "Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder". Vozes, Petrópolis
- Lemos, L.** (2005) "O valor turístico na economia da sustentabilidade". Aleph, São Paulo
- MAPLINK/UOL** Disponível em <<http://www.maplink.com>>. Acesso em 15 mar. 2011
- Massukado, M. S. & Teixeira, R. M.** (2006) "Políticas públicas, recursos turísticos e recursos organizacionais: o caso de Foz do Iguaçu, Paraná". Turismo: Visão e Ação 8 (2): 201 – 222
- Moreira, A. M. & Mavigner, D. S.** (2007) "Conhecendo história e geografia do Piauí". Gráfica Ferraz, Parnaíba
- Oliveira, A. P.** (2001) "Turismo e desenvolvimento: planejamento e gestão". Atlas, São Paulo
- OMT - Organização Mundial do Turismo** (2001) "Desenvolvimento de turismo sustentável: manual para organizadores locais". Publicação de Turismo e Ambiente, Bárbara Bela Editora Gráfica, Brasília
- Page, S. J.** (2003) "Transportes e turismo". Bookman, Porto Alegre
- Palhares, G. L.** (2001) "Transporte aéreo e turismo: gerando desenvolvimento socioeconômico". Aleph, São Paulo
- Panosso Netto, A. & Ansarah, M. G. R.** (2009) "Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas". Manole, Barueri
- Panosso Netto, A.** (2005) "Filosofia do turismo: teoria e epistemologia". Aleph, São Paulo

- Pearce, D. G.** (2003) "Geografia do turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens". Aleph, São Paulo
- Petrocchi, M.** (2005) "Turismo, planejamento e gestão". Futura, São Paulo
- Pinheiro, A. & Moura, C.** (2010) "Conjunto histórico e paisagístico de Parnaíba". Cadernos do Patrimônio Cultural do Piauí (volumen 2), Superintendência do IPHAN no Piauí, Teresina
- Pires, P.** (2005) "A análise de indicadores da qualidade visual como etapa de caracterização de paisagens turísticas: uma aplicação no distrito sede de Porto Belo – SC". Turismo: Visão e Ação 7 (3): 417 – 426
- Ruschmann, D. V. de M.** (2002) "Turismo e Planejamento Sustentável: A proteção do meio ambiente". Papyrus, Campinas
- Santos, R. I. C. & Nunes, D. S.** (2001) "Cadastramento e mapeamento para valorização turística dos caminhos coloniais das antigas colônias de Blumenau e Brusque". Turismo: Visão e Ação 3 (7): 63 – 81
- Santos, S. R. & Teixeira, M. G. C.** (2009) "Análise do plano de desenvolvimento turístico do estado do Maranhão: potencialidades e entraves na gestão de pólo turístico". Turismo: Visão e Ação 11(2): 218 – 241
- Seabra, G.** (2007) "Turismo sertanejo". Editora Universitária, João Pessoa
- Seiffert, M. E. B.** (2007) "Gestão ambiental: instrumentos, esferas de ação e educação ambiental". Atlas, São Paulo
- Silva, F. A.** (2004) "Delta do Rio Parnaíba: roteiro turístico e ecológico". EDUFPI, Teresina
- Tavares, G. S. C.** (2009) "O meio ambiente e as possibilidades do turismo de base local nas comunidades de entorno da lagoa do Cajueiro". Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) PRODEMA-TROPEN, Universidade Federal do Piauí, Teresina
- Thomazi, S.** (2006) "Clusters de turismo". Aleph, São Paulo

Recibido el 01 de septiembre de 2011

Correcciones recibidas el 01 de noviembre de 2011

Aceptado el 05 de noviembre de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués