

Metropolização e Raízes da Periferização Turística

*Sylvio Bandeira de Mello e Silva*¹

RESUMO: O processo de globalização está impulsionando o crescimento metropolitano, como resultado da ação de poderosos mecanismos de concentração. O trabalho analisa, historicamente, o turismo como uma atividade intrinsecamente descentralizadora, com base na clássica contribuição do geógrafo alemão Walter Christaller. Atualmente, observa-se a competição das periferias turísticas com os grandes centros urbanos, surgindo também formas de associação a partir da crescente capacidade de gestão integradora das metrópoles mundiais sobre todos os fluxos, inclusive de pessoas.

PALAVRAS-CHAVE: Metropolização e turismo; contribuição de Christaller, concentração e dispersão turística.

ABSTRACT: The globalization process is provoking metropolitan growth as a result of powerful concentration mechanisms. This paper analyses tourism historically as an intrinsically decentralizing activity based on the classical contribution of the German geographer Walter Christaller. Actually we observe a competition between touristic peripheries and large urban centers and also integration forms due to the growing management capacity developed by world metropolises over all kind of flows, including people.

KEY WORDS: *Metropolization and tourism; contribution Christaller, touristic concentration and dispersion.*

1. Doutor em Geografia. Professor de Mestrado em Geografia na Universidade Federal da Bahia – UFBA e pesquisador do CNPq.

End. para corresp: Caixa Postal 7127-41811-970 – Salvador – BA – Brasil.

Metropolização e Turismo

A metropolização, em seus diversos níveis, inclusive com a formação de megalópoles mundiais, é, sem sombra de dúvida, um fenômeno de grande expressão em nossos dias. Tal fenômeno ganhou ainda mais impulso com o processo de globalização, ou seja, com o acelerado incremento das relações econômicas, políticas, sociais e culturais em escala planetária, inclusive mantidas em tempo real. As forças de concentração são, portanto, bastante fortes, tanto nos principais centros de controle da economia mundial como, mais recentemente e rapidamente, nos países menos desenvolvidos. Nestes últimos, a metropolização, em termos gerais, tem sido uma decorrência da combinação da crescente intensidade das forças de expulsão do campo e de pequenos centros com o crescimento das forças de atração metropolitana, ligadas, em resumo, a busca de economias de aglomeração.

A Tabela 1 mostra, de forma expressiva, a evolução da metropolização mundial em mais de um século, com projeções até o ano 2000. É impressionante o crescimento das aglomerações metropolitanas dos países menos desenvolvidos o que deverá ser ainda mais expressivo no final do século.

A pergunta que se coloca é a de saber se há também forças contrárias à exagerada concentração metropolitana. Elege-se, dentre outras atividades, o Turismo reconhecendo seu destaque em razão de seu enorme potencial de se contrapor às forças centralizadoras. Para discutir essa questão, optou-se por fazer um resgate histórico sobre o Turismo, a centralidade e periferação, aceitando que isto poderia trazer uma relevante contribuição geral para a análise da questão em nossos dias.

Desta forma, na tentativa de integrar a análise urbano-regional com as conseqüentes relações centro-periferia, é fundamental, pela sua relevância, recuperar e ampliar a contribuição de um pioneiro da Geografia Urbana e Econômica, o geógrafo alemão Walter Christaller, ao lado das colocações do conhecido geógrafo urbano norte-americano, Edward Ullman.

Turismo, Centralidade e Periferização

A contribuição de Christaller na área de Turismo situa-se, destacamente, no campo do enquadramento teórico-conceitual da atividade turística na área locacional da Geografia, para a qual já havia produzido um trabalho seminal, o da *Teoria das Localidades Centrais* (1933), em outras palavras, o da teoria de localização das cidades.

Com efeito, Christaller publicou, em 1955, um artigo em que, fiel à sua postura locacional/organizacional do espaço, é apresentada a pioneira e relevante contribuição à formulação de uma Geografia Geral do Turismo, destacando-se:

- a análise da posição da Geografia do Turismo na Geografia Econômica;
- a subdivisão da Geografia Econômica do Turismo segundo a localização;

TABELA 1 – AS VINTE MAIORES AGLOMERAÇÕES DO MUNDO - 1875/2000
(em milhões de habitantes)

1875	1900	1925	1950	1975	1990	2000
Londres 4,2	Londres 6,4	N.York 7,7	N.York 12,3	N.York 19,7	Tóquio 23,4	México 31,0
Paris 2,2	N.York 4,2	Londres 7,7	Londres 10,4	Tóquio* 17,7	México 22,9	S.Paulo 25,8
N.York 1,9	Paris 3,3	Tóquio 5,3	Reno-Ruhr 6,9	Xangai 12,4	N.York 21,8	Tóquio* 24,2
Pequim 1,3	Berlim 2,4	Paris 4,8	Tóquio 6,7	México 11,9	S.Paulo 19,9	N.York 22,8
Berlim 1,0	Chicago 1,7	Berlim 4,0	Xangai 5,8	L.Angeles 10,8	Xangai 17,8	Xangai 22,7
Viena 1,0	Viena 1,6	Chicago 3,5	Paris 5,5	S.Paulo 10,7	Pequim 15,3	Pequim 19,9
Cantão 0,94	Tóquio 1,4	Ruhr 3,4	B.Aires 5,3	Londres 10,3	R.Janeiro 14,7	R.Janeiro 19,0
Filadélfia 0,79	S.Peters. 1,4	B.Aires 2,4	Chicago 4,9	Pequim 9,3	L.Angeles 13,3	Calcutá 17,7
Tóquio 0,78	Filadélfia 1,4	Osaka 2,2	Moscou 4,8	Reno-Ruhr 9,3	Bombaim 12,0	Bombaim 17,1
S.Peters. 0,76	Manchester 1,2	Filadélfia 2,0	Calcutá 4,6	B.Aires 9,3	Calcutá 11,9	Jacarta 16,6
Bombaim 0,71	Birmingham 1,2	Viena 1,8	L.Angeles 4,0	Paris 9,2	Seul 11,8	Seul 14,2
Calcutá 0,68	Moscou 1,1	Boston 1,7	Osaka 3,8	R.Janeiro 8,9	B.Aires 11,4	L.Angeles 14,2
Liverpool 0,65	Pequim 1,1	Moscou 1,7	Milão 3,6	Osaka 8,7	Jacarta 11,4	Cairo 13,1
Glasgow 0,63	Calcutá 1,0	Manchester 1,7	Bombaim 3,0	Chicago 8,1	Paris 10,9	Mádras 12,9
Moscou 0,60	Boston 1,0	Birmingham 1,7	México 3,0	Calcutá 7,8	Osaka** 10,7	Manilha 12,3
Constan. 0,60	Glasgow 1,0	Xangai 1,5	Filadélfia 2,9	Moscou 7,4	Cairo 10,0	B.Aires 12,1
Manchester 0,59	Liverpool 0,94	Leningrado 1,4	R.Janeiro 2,9	Bombaim 7,0	Londres 10,0	Bangcoc 11,9
Birmingham 0,48	Osaka 0,93	Glasgow 1,3	Detroit 2,8	Seul 6,8	Reno-Ruhr 9,3	Karachi 11,8
Boston 0,45	Constan. 0,90	Detroit 1,3	Nápoles 2,6	Cairo 6,3	Bogotá 8,9	Delhi 11,7
Nápoles 0,45	Hamburgo 0,89	Calcutá 1,3	Leningrado 2,6	Milão 6,2	Chicago 8,9	Bogotá 11,7

OBSERVAÇÃO: a base da definição das aglomerações muda a partir de 1950.

* Tóquio-Yokohama

** Osaka-Kobe

Fonte: Nações Unidas (apud Bonnet, 1994:6)

- a evolução histórica do Turismo;
- os serviços auxiliares para o Turismo e a expansão da rede de transportes;
- importância da Geografia do Turismo na organização espacial da economia;
- a integração espacial do Turismo;
- a análise de exemplos do cantão suíço de Wallis (Valais), no vale do Ródano, da Jutlândia (Dinamarca) e da Sicília (Itália).

Christaller mostrou, como princípio geral para a subdivisão do campo da Geografia Econômica, que deveria ser dada preferência à análise do lugar ocupado por qualquer tipo de atividade econômica na estrutura espacial das relações funcionais, o que destacaria sua *geograficidade*, e não à análise isolada de uma determinada atividade econômica. Assim, somente um tipo de atividade econômica relaciona-se, de forma típica, com a periferia de uma área já densamente povoada, metropolitana, por exemplo, a atividade do Turismo, que ressalta o papel da Geografia do Turismo para a plena compreensão da organização do espaço.

Em seguida, o autor mostra as possibilidades de subdivisão da Geografia do Turismo segundo a localização, confirmando sua perspectiva espacial e não-setorial.

Os fatores locacionais são: atrações do clima e paisagem, possibilidades para a prática de esportes, fontes com qualidades terapêuticas, tesouros artísticos e antiguidades, perspectivas históricas e culturais, especialidades econômicas e peculiaridades (Christaller, 1955:1).

Por outro lado, em resumo, o desenvolvimento histórico do Turismo mostraria cinco períodos principais, ainda segundo o geógrafo alemão. O primeiro iria de cerca de 1790 (logo após a Revolução Francesa, período em que a atividade turística era praticada inicialmente por uma pequena elite, sobretudo inglesa) até 1840, quando se expandem rapidamente os meios de transporte de massa, por navio a vapor ou por trem. Os primeiros guias de viagem foram justamente publicados entre 1830 e 1840. O segundo período (1840-1870) marca o verdadeiro início do moderno turismo de férias, com o rápido crescimento dos meios de hospedagem, inclusive nas fazendas onde os fazendeiros poderiam ter uma renda suplementar. O terceiro período (1870-1900) é caracterizado pelo começo de uma verdadeira indústria de atendimento às necessidades gerais do Turismo com a construção de hotéis somente destinados ao Turismo. As classes médias passam a ser atingidas pelas atividades turísticas. Grandes centros turísticos começam a surgir na Europa, como Montreux, Nice, Interlaken, etc. Entretanto, o Turismo, como fenômeno de massa, só começa a se formar no quarto período, o de 1900 a 1930, com o crescimento do Turismo para fins de esporte, como o ligado aos esportes de inverno (comparativamente, na época de Goethe, 1749-1832, os Alpes eram definidos como

um “horível deserto” (Christaller, 1963:103). O quinto período, desde 1930, expressari , organizado por agências e, por outro, o que ele chamou de um almeja o rumo à periferia” (*Drang zur Peripherie*), o que apres significado entre nós. O uso de ônibus e de aviões passa a ser crescentemente importante. Neste sentido, é relevante destacar a coerência de Christaller ao escolher e analisar, na época, três regiões consideradas periféricas com relação às densas áreas centrais da Europa: parte da região montanhosa dos Alpes suíços (Wallis), a Jutlândia, com suas praias no mar do Norte e no mar Báltico, e a área mediterrânea da Sicília.

É importante destacar a relação que Christaller faz da atividade do Turismo com o sistema de localidades centrais, por ele mesmo criado.

Se é possível estabelecer para os lugares centrais, leis exatas de localização [como ele mesmo formulou em 1933], isto não é possível para os lugares periféricos [ligados ao turismo] com a mesma exatidão matemática. O máximo que pode ser dito é que estes espaços, que são os mais afastados das localidades centrais e também das aglomerações industriais, têm as mais favoráveis condições de localização para os lugares turísticos. Estes não se encontram no centro das regiões povoadas, mas na periferia (Christaller, 1955:6).

Essas idéias foram ampliadas por esse autor em um trabalho mais recente (Christaller, 1963). Neste artigo são feitas considerações sobre a localização do Turismo na Europa, com destaque às regiões periféricas, e sobre o então emergente Turismo nos países subdesenvolvidos.

Christaller mostra que a análise das várias ocupações econômicas do espaço pode ser conduzida basicamente de duas maneiras, uma com a idéia abstrata do espaço “puro”, para a qual, diga-se de passagem, ele havia contribuído de forma notável com sua Teoria das Localidades Centrais, e outra com a idéia do espaço “real”, “equipado com montanhas, planícies, costas e vegetação, isto é, a paisagem” (Christaller, 1963:95), para a qual ele contribui, agora, com seus estudos sobre o Turismo. É significativo destacar esse esforço acadêmico de completar sua contribuição teórico-aplicada (dos sistemas de localidades centrais à análise geográfica do Turismo), o que será também semelhante ao que ocorreu com outro importante geógrafo urbano, Edward Ullman. Com efeito, esse estudioso destacou-se igualmente como analista urbano-locacional (ver, por exemplo, Ullman, 1941), seguindo as idéias de Christaller, mas antecipou-se ao mesmo na análise do Turismo, com seu trabalho de 1954, aliás citado com justiça por Christaller em 1955.

Em seu trabalho de 1963, Christaller distingue vários fatores econômicos que exercem importante papel no uso humano do espaço:

- a porção da economia que utiliza grandes e dispersas áreas (manchas) da superfície terrestre, a agricultura e a silvicultura para cuja compreensão classicamente

aparece como fundamental a Teoria do Estado Isolado (Von Thünen, 1826);

- a economia mineira, de caráter puntiforme, linear ou distrital, a depender da distribuição dos recursos;
- a pesca marítima, navegação e atividades correlatas encontradas em alto mar ou ao longo da costa;
- a economia industrial apresentando a distribuição puntiforme, às vezes linear ou regional, dependendo da presença de matérias-primas, de fontes de energia, de facilidades de transporte, de mercados de trabalho e de centros de consumo, sendo básicas, para sua compreensão, as teorias de localização industrial, de Weber, e a de pólos de crescimento, de Perroux;
- os lugares centrais (cidades) que são localizações típicas para o comércio, finanças e seguros, artesanatos, oportunidades de tráfego, administração pública, cultura, educação e saúde, ou seja, o setor terciário, cuja distribuição geográfica, hierárquica e funcional é explicada pela *Teoria das Localidades Centrais* (1933), do próprio Christaller, e pela de Lösch (1939);
- tentando atualizar a lista das questões locais relacionadas com os sistemas urbano-regionais, hoje seria preciso acrescentar a análise espacial das sedes das empresas, visando a formulação de uma Teoria dos Lugares Quaternários, tal como o fez Keith Semple (1985) e a análise espacial dos pólos de ciência e tecnologia, como vem fazendo, já há vários anos, uma plêiade de geógrafos e de outros cientistas sociais, em numerosos trabalhos, como Soja, Walker, Scott, Storper, Markusen, Castells, dentre outros;
- mas há também, segundo Christaller, um setor da economia que “evita os lugares centrais e as aglomerações industriais”, é o setor do Turismo, portanto, a única atividade que intrinsecamente tem forças para combater a tendência à concentração (*Drang zum Centrum*). Mesmo as atividades quaternárias e as ligadas à ciência e tecnologia, inclusive em seus desdobramentos industriais, bem mais flexíveis, tipo *footloose*, não possuem, comparativamente, o mesmo potencial de desconcentração que o Turismo, procurando, geralmente, locais aprazíveis mas não muito distantes das aglomerações metropolitanas. Algumas vezes, essas novas atividades podem também se fixar em áreas turísticas, beneficiando-se do “capital natural e cultural” favorável à produção científica e tecnológica e à alta administração.

O Turismo tem, portanto, a tendência natural para a periferia das regiões densamente povoadas já que, na maioria das vezes, o turista procura paisagens remotas e ambientes exóticos, muitas vezes idílicos (montanhas, florestas, praias, lagos, áreas rurais, etc.). Evidentemente, Christaller considera que as cidades são também freqüentadas por visitantes, mas tais visitas seriam, sobretudo, de negócios e educação. As cidades históricas, entretanto, também atrairiam muitos

turistas. Por outro lado, a distribuição das estações de água e de spas estaria, muitas vezes, associada ou próxima às atividades de mineração.

Christaller (1963:103) apresenta também a útil definição de periferia, relacionada com o espaço, envolvendo a questão da distância e, metaforicamente, como paisagens e lugares “esquecidos”. O autor mostra igualmente um processo seqüencial de produção-reprodução de periferias turísticas, o que aproxima sua contribuição da proposta do modelo do ciclo do produto. Inicialmente, uma área é descoberta por pintores, poetas, cineastas, *gourmets*, *restaurateurs*, hoteleiros, *jeunesse dorée*, etc., e transforma-se num lugar da moda. Com o tempo essa área cresce e se consolida e, a partir daí, passa a ocorrer o deslocamento para novas e remotas periferias, repetindo-se os mecanismos de crescimento e assim sucessivamente.

Pouco a pouco, a busca e a formação de novas periferias atingem áreas cada vez mais distantes e remotas. No caso da Europa e da América do Norte, observa-se, após a formação de áreas turísticas nas suas periferias imediatas (Mediterrâneo, Flórida, Califórnia, etc.) a busca, nas últimas décadas, de periferias cada vez mais distantes abrangendo, progressivamente, os demais continentes.

Em nossos dias [1963], o turismo oferece às regiões economicamente subdesenvolvidas uma chance para elas mesmas se desenvolverem já que estas regiões interessam ao turismo (Christaller, 1963:104).

O autor mostra que isto também ocorreu na Alemanha, por exemplo, nas áreas de fronteira, como a *Bayrische Wald* e a *Oberpfälzer Wald*, e, na Europa, com os exemplos da Bulgária, Romênia, Extremo Sul da Itália, Espanha, Grécia e Norte da Europa, muitas vezes com forte indução do Estado. Mas a expansão é contínua:

mais e mais novas regiões são abertas para o turismo [...] graças aos aviões e à nossa prosperidade, destinações na África, no Oeste e Sul da Ásia e no Mar do Caribe são competitivas para os países da Europa (é preciso apenas olhar para os anúncios de viagem em nossos jornais metropolitanos) (Christaller, 1963:104-105).

Fica claro, portanto, que o Turismo, para Christaller,

pode ser um meio para se atingir o desenvolvimento econômico em regiões periféricas já que o fluxo de turistas ricos dos centros “metropolitanos” deveria injetar moeda estrangeira e gerar empregos (Ioannides, 1995:50).

Isso é também observado por Murphy e Andressen (1988:32) quando afirmam que Christaller sugeriu que o fluxo para o exterior dos residentes nos

centros metropolitanos, em direção aos lagos e montanhas das regiões periféricas seria um caminho para reverter os fluxos de renda e emprego para as localidades centrais mais importantes.

A transferência de fundos através do turismo poderia ajudar a colocar as regiões periféricas, aparentemente negligenciadas, dentro das principais correntes do desenvolvimento econômico (Murphy e Andressen, 1988:32).

Avaliando também a contribuição de Christaller quanto às localidades centrais e regiões periféricas, Von Böventer (1968) mostra que o que ele significativamente chamou de “Teoria das Regiões Periféricas” de seu colega pode ser derivado com o instrumental da Teoria das Localidades Centrais.

Para tanto, é preciso apenas sair de uma determinada formulação dos elementos básicos da Teoria das Localidades Centrais: (1) a estratégia dos agentes econômicos de se localizar o mais longe possível do próximo concorrente, (2) dos custos de transporte e (3) das vantagens da aglomeração. E, neste caso, é preciso só aplicar estes elementos da Teoria no comportamento dos turistas que Christaller está visando: turistas que querem passar as férias o mais longe possível do lugar de habitação, isto é, que se dirigem para a “periferia”. Para o próximo concorrente, é preciso substituir o “próximo concorrente” pelo “próximo vizinho” que, ao invés de ter grandes regiões de venda, quer ter para ele mesmo muita “natureza” (se isto é realmente a sua preferência). Como na Teoria das Localidades Centrais, nas condições acima indicadas, nas regiões com menor densidade de atividades industriais e de concentração de mão-de-obra especializada se estabelecem lojas adicionais ou outras empresas, assim, dentro deste modelo, para o turismo, de maneira similar, as regiões menos povoadas da periferia se povoam com os turistas que procuram a solidão. Mas estes têm duas restrições, como na localização dos lugares centrais: de um lado, os custos de transporte ou de viagem que, junto com o desgaste da viagem, limitam a extensão da viagem e, por outro lado, as vantagens da aglomeração da sociedade que também atuam sobre o turismo (Von Böventer, 1968:109).

O autor destaca, como resultado, que estes fatores atuam na constituição de uma hierarquia dos lugares de Turismo (e de suas relações) onde os turistas terão variedade de combinações entre a proximidade maior com a natureza ou a inserção em grandes centros turísticos.

É importante registrar também que Christaller valorizou, nos dois trabalhos, o meio ambiente como um recurso extremamente importante para a implantação e crescimento do Turismo, ao contrário do que ocorreu na sua teorização e análise das cidades. Mas, coerente, com as preocupações de sua época, Christaller não destacou os problemas decorrentes do impacto do Turismo sobre o meio ambiente. Entretanto, justiça seja feita, Christaller até reconheceu sua culpa

em chamar a atenção para determinadas regiões pouco conhecidas o que ajudaria a induzir a passagem de tais regiões pelo mesmo caminho das primeiras ilhas e lugares esquecidos para a situação de *resorts* que você precisa visitar (Christaller, 1963:105),

o que o aproximaria das modernas concepções ambientalistas. Christaller acabou nomeando, como exemplo de regiões até então não descobertas ou pouco conhecidas,

os imensos vazios da Lapônia, os protegidos *fjords* noruegueses, as silenciosas e leves costas da Irlanda ocidental, as primitivas regiões das Hébridas e da Islândia, o quente Algarve, ao sul de Portugal, as florestas aromáticas de Gargano, na Itália, as selvagens terras altas de Montenegro e muitas baías gregas ou as claras ilhas do Mar Egeu e, por último, mas não menos importante, na periferia de nosso continente, fica o Sahara e o deserto de Negev, em Israel (Christaller, 1963:105).

O igualmente pioneiro geógrafo Ullman, da mesma forma que Christaller, viu no meio ambiente, particularmente no clima, a condição para a expansão das amenidades – dentre elas o turismo – e estas como um fator no crescimento regional. Mas, Ullman igualmente conclui chamando a atenção para o

cuidado que deveria ser tomado para não matar a galinha que bota os ovos de ouro fazendo concentrar demais a população e a indústria em um lugar de uma forma não planejada e desagradável e criando condições intoleráveis de tráfego, poluição atmosférica (*smog*) e outras condições, como tem acontecido em alguns casos, mas não necessariamente (Ullman, 1954:132).

Conclusão

Concluindo, percebe-se claramente que as raízes das preocupações com a formação de fluxos entre os grandes centros urbanos e as periferias, em particular através da atividade do Turismo, estão na própria essência do processo histórico-geográfico de metropolização, já que este necessita funcionar, de forma articulada, em termos de rede, controlando territórios cada vez mais extensos. A periferação turística evolui, com efeito, de áreas mais próximas até as mais distantes dos grandes centros, expressando profundas transformações. Mas há, em contrapartida, em nossos dias, a crescente competição das periferias com os grandes centros, já que estes, na maioria das vezes, oferecem, dentre outros aspectos ligados ao mundo dos negócios, enormes atrativos históricos, culturais, cênicos e possibilidades de encontros, por exemplo, em torno de congressos, convenções e de megaeventos. As metrópoles são, portanto, grandes centros emissores e receptores de turistas. Novas formas de integração centro-periferia também têm sido implementadas como, por

exemplo, através de programas turísticos envolvendo áreas centrais e periferias distantes. Assim, tudo indica claramente que a era da globalização está promovendo uma espécie de fusão de duas tendências classicamente opostas, a da concentração e a da dispersão (*Drang zum Centrum e Drang zur Peripherie*, usando a terminologia de Christaller), ou seja, persistem e se ampliam as forças de centralização apesar das dinâmicas mutações trazidas pelas energias da descentralização. Assim, por exemplo, crescem as atrações de Nova York, mas, ao mesmo tempo, forja-se um enorme complexo turístico em Cancun (México), muito utilizado, por sinal, pelos novaiorquinos.

Essa integração é assegurada cada vez mais pela crescente capacidade, como, dentre outros, afirma Bonnet (1994:181), das grandes metrópoles mundiais em gerir as trocas comerciais de mercadorias, de movimentos monetários, de fluxos de informação, de serviços e de *deslocamentos de pessoas*, bem como todas as demais interações existentes nas redes globais (grifo meu). Isto implica “o controle de regras, de códigos, de línguas, de tarifas e de horários, as articulações entre as técnicas e os espaços” (Bonnet, 1994:184).

Referências Bibliográficas

- BONNET, J. 1994. *Les grandes métropoles mondiales*. Nathan: Paris.
- CHRISTALLER, W. 1933. *Die zentralen Orte in Süddeutschland*. Jena: Fisher.
- _____. 1955. Beiträge zu einer Geographie des Fremdenverkehrs. *Erkundung*, Bonn, v.9, n.1, p.1-19, fev.
- _____. 1963. Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions – underdeveloped countries – recreation areas. In: REGIONAL SCIENCE ASSOCIATION. XII LUND CONGRESS. *Papers...* p.95-105.
- IOANNIDES, D. 1995. Strengthening the ties between tourism and Economic Geography: a theoretical agenda. *The Professional Geographer*. Washington, v.47, n.1, p.49-60, fev.
- KEITH SEMPLE, R. 1985. Quaternary place theory: an introduction. *Urban Geography*, v.6, n.4, p.285-296.
- LÖSCH, A. 1939. *Die räumliche Ordnung der Wirtschaft*. Jena.
- MURPHY, P. E. & ANDRESSEN, B. 1988. Tourism development on Vancouver Island: an assessment of the core periphery model. *The Professional Geographer*, Washington, v.40, n.1, p.32-42, fev.
- ULLMAN, E. 1941. A theory of location for cities. *American Journal of Sociology*, Chicago, v.46, p.835-864, maio.
- _____. 1954. Amenities as a factor in regional growth. *The Geographical Review*, v.44, n.1, p.119-132.
- VONBÖVENTER, E. 1968. Walter Christallers zentrale Orte und periphäre Gebiete. *Geographische Zeitschrift*, v.56, p.102-111.
- VONTHÜNEN, J.H. 1826. *Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie*. Pt. 1. Hamburg.

Recebido em 16/9/96

Aprovado em 20/10/96