

A EVOLUÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO NA “GEOGRAFIA DO TURISMO”: DO RECONHECIMENTO AO DESINTERESSE

The evolution of the tourist space in the “tourism geography”: from recognition to disinterest

La evolución del espacio turístico na "Geografía del Turismo": del reconocimiento al desinterés

Ana Claudia Macedo Sampaio^{*}

^{*} Universidade Federal do Tocantins - anaclaudiamsampaio@uft.edu.br .

Versão online publicada em 23/03/2022 (<http://seer.ufrgs.br/paraonde>).

Como citar esse artigo: SAMPAIO, A. C. M. A evolução do espaço turístico na “Geografia do Turismo”: Do reconhecimento ao desinteresse. **Para Onde!? Edição Especial - Geografia(s) do Turismo**, v. 16, n. 02, p. 28-55, 2022.

Resumo:

Desde o início do século XX a ciência geográfica colabora com a reflexão acerca do fenômeno do Turismo à sombra da intitulada “Geografia do turismo”, buscando compreendê-lo em sua interação com espaço geográfico e seus desdobramentos, sem constituir um corpo teórico-metodológico consolidado que substancie o debate ou que incite a descoberta de outras perspectivas de análises. O reconhecimento do Turismo como uma área afim traz possibilidades de enriquecimento para a abordagem geográfica que permitem compreender o fenômeno turístico a partir de um novo olhar, além de ajudar a entender quais são os limites e as possibilidades dessa relação de troca. No contexto dessa problemática, compreende-se por fim que as análises geográficas prescindem de um aporte que ultrapassem a simples repetição de discursos produzidos no contexto do debate do espaço geográfico que não mais condizem com a atual necessidade de aprofundamento reflexivo em torno do turismo e da dinâmica globalizada do mundo pós-moderno.

Palavras-chave: Geografia do Turismo. Turismo. Espaço Turístico.

Abstract:

Since the beginning of XX century, Geography has been collaborating with the reflection on the phenomenon of Tourism in addition to the one name “Tourism geography”, seeking to understand it in your interaction with geographic space and their unfoldings, without constituting consolidated a consolidated theoretical-methodological body that subsumes the debate or that focuses on the discovery of other perspectives of analysis. The recognition of Tourism as an affine area brings possibilities of enrichment for geographical approach that allow to understand the tourist phenomenon from a new look, besides helping to understand what the limits and possibilities of this relationship of exchange. In the context of this problematic, it is finally understood that geographical prescinds of a contribution that exceeds a simple repetition of discourses produced in the context of the bedate of geographical space that no longer correspond to the current need for reflective deepening around tourism and globalized dynamics of the postmodern world.

Key-words: Tourism geography. Tourism. Tourist Space.

Resúmen:

Desde principios del siglo XX, la ciencia geográfica ha colaborado con la reflexión sobre el fenómeno del Turismo a la sombra de la denominada “Geografía del turismo”, buscando comprenderlo en su interacción con el espacio geográfico y sus desdoblamientos, sin constituir un cuerpo teórico-metodológico consolidado que sustancie el debate o que incite al descubrimiento de otras perspectivas de análisis. El reconocimiento del Turismo como un área afín trae posibilidades de enriquecimiento al abordaje geográfico que permiten comprender el fenómeno turístico desde una nueva perspectiva, además de ayudar a comprender los límites y posibilidades de esta relación de intercambio. En el contexto de esta problemática, se comprende finalmente que los análisis geográficos necesitan un aporte que vaya más allá de la simple repetición de discursos producidos en el contexto del debate del espacio geográfico que ya no se corresponden con la necesidad actual de una profundización reflexiva en torno al turismo y a las dinámicas globalizadas del mundo posmoderno.

Palabras clave: Geografía del Turismo; Turismo; Espacio turístico.

1 Introdução

O objetivo deste artigo é explicitar a problemática em torno do conceito de espaço turístico como base da intitulada “Geografia do turismo”, que se apreende subcampo ou campo autônomo da ciência geográfica, em convergência ao debate de espaço geográfico como apoio para o amadurecimento das reflexões acerca do Turismo e suas possíveis limitações. Para o devido desenrolar argumentativo, esclarece-se que a tese aqui defendida – a apreensão do Turismo como subcampo da Geografia resulta de uma compreensão redutora ao aspecto espacial – busca afirmar a insuficiência dessa discussão para desvelar a complexidade do Turismo no âmbito da Geografia.

Num contexto de incertezas quanto às suas fronteiras, e de indecisão quanto ao seu conteúdo, torna-se fundamental refletir acerca da posição do espaço turístico como pilar conceitual e seu papel no desenvolvimento teórico-metodológico das análises geográficas do Turismo diante da ausência de um cabedal de conhecimento sólido que lhe sustente, assim como analisar os limites da leitura espacial do Turismo e da apreensão do espaço turístico nas elaborações da “Geografia do turismo” que condicionam as possibilidades de troca de conhecimento entre Turismo e Geografia.

2 Desenvolvimento

Chega-se ao espaço turístico como o elemento-chave de vinculação entre Turismo e Geografia devido às diversas manifestações do fenômeno no espaço geográfico. Desde as preocupações inaugurais do subcampo, as transformações espaciais associadas ao Turismo despertaram a atenção nos pesquisadores, sendo o espaço turístico, ao longo do tempo, eleito a categoria-conceito pilar que desvela a relação homem-meio, ou pelo menos, torna-se o conceito central nas discussões geográficas do

Turismo. Nas obras desse subcampo, o caráter espacial do Turismo é defendido, ressaltado e justificado, continuamente, pois segundo seus autores, são evidentes suas implicações como atividade econômica e/ou prática socioespacial, modificadora e organizadora do espaço geográfico.

A intrínseca relação espaço e turismo é utilizada para reconhecer o turismo como um fenômeno genuinamente espacial (LEW, 2001) que justifique o interesse da Geografia pela temática e a necessidade de lançar esforço de apreensão sob este fenômeno. Para Cruz (2001), o interesse ocorre pelo entendimento de que o Turismo é a única prática social que consome elementarmente o espaço, ou segundo Coriolano (2007), porque espaço e Turismo são realidades inseparáveis, sendo que o espaço geográfico é uma categoria fundamental na análise do Turismo que passa a ser identificado como lugar, paisagem e território turístico ou ambiente propício para o Turismo ou ainda, porque:

A interação espacial necessária à ocorrência do turismo é um fenômeno que merece reflexão, do ponto de vista do conhecimento, já que se faz necessário entender o número significativo de turistas que se deslocam pelo mundo gerando fluxos, negócios e novas feições às localidades. (TELLES, 2009, p.25).

Para além da defesa da relação espaço e Turismo, alguns centralizam o objetivo da “Geografia pelo turismo” no ponto de vista espacial, como Ruppert e Maier (1969) que defendem a “Geografia do turismo” como a ciência que investiga as formas de organização e os processos com transcendência espacial desencadeada por grupos humanos ao satisfazer a função vital de recreação; Rodrigues (2001) defende que a análise e interpretação do espaço turístico é tarefa da abordagem geográfica do Turismo; Page (2001) acredita que se devem desenvolver novas teorias e métodos que ajudem a explicar os processos através dos quais as dimensões espaciais dos ambientes físicos e humanos evoluem; para Puche (2002), a “Geografia do turismo” tem como objeto o estudo dos espaços onde o Turismo se realiza, assim como aquelas áreas que potencialmente podem desenvolver a atividade turística; já para Lozato (1990), a “Geografia do turismo” compreende o estudo das relações entre espaço e as atividades turísticas.

Ao estabelecer conexão entre abordagem geográfica do Turismo e o espaço, verifica-se, contudo, que para alguns autores, o papel da “Geografia do turismo” se amplia ou pelo menos não fica restrito a questões espaciais. Encontramos exemplos que ampliam e variam o foco da abordagem geográfica do Turismo, em Britonn (1991), que defende o caminho das descrições dos fluxos turísticos, dos impactos econômicos, sociais, culturais e ambientais da atividade turística, das estruturas espaciais e dos usos do solo; e em Hiernaux (2001) que ressalta que a “Geografia do turismo” deve basear-se em temas como o imaginário, as práticas sociais, os padrões de consumo e as imagens dos lugares; além de colocações como as de Cravidão e Marujo (2013):

De hecho, la geografía del turismo puede possibilitar un análisis complejo de los elementos que abarcan la oferta turística y las diferentes tipologías que constituyen la demanda. La complejidad del análisis de las relaciones sociales y los procesos de construcción social de los espacios, asociados a las motivaciones y expectativas de los turistas o a los deseos y necesidades de las sociedades receptoras del turismo, justifica la ayuda de la ciencia geográfica (2013, p. 362).

São inúmeros os exemplos, inclusive os que defendem temas e enfoques diversos que ultrapassam o discurso tradicionalmente atribuído à Geografia, algo admitido por Simões (2009) ao marcar as análises baseadas na interpretação cultural como uma das três mais recorrentes da “Geografia do turismo”¹; chama atenção nesse caso, as possibilidades expostas pelo autor de processos de aculturação e de interação entre as pessoas. Revela-se, dessa maneira, que as justificativas construídas em torno da relação espaço e Turismo, como preocupação central e/ou legado exclusivo da Geografia para os estudos turísticos, não são suficientes para determinar qual o objeto desta subárea, visto as divergências em torno desse tema e a coexistência, ao longo da sua constituição, de concepções ampliadas da temática e as restritas ao espaço, bem como as variações que contemplam o entendimento acerca do fenômeno do Turismo.

Com a intenção de analisar apenas a pauta espacial num primeiro momento, que demandam uma reflexão contínua acerca do espaço turístico como base de conhecimento para a “Geografia do turismo”, não cabe agora julgar os que extrapolam os limites do espaço como base desse discurso geográfico e que dificultam sobremaneira o estabelecimento de uma unidade teórica ou até mesmo de sua validade como subárea, para alguns autores. Desse modo, apresenta-se como a condição espacial do Turismo que vem sendo trabalhada pela “Geografia do turismo” ao longo do tempo, com suas variações de ponto de vista, recortes dados e enquadramentos teóricos adotados, para se investigar posteriormente por que a despeito do desenvolvimento destas análises, não se consolidou um corpo teórico-metodológico do subcampo, padecendo de pesquisas reveladoras acerca das novas nuances da relação Turismo e Geografia?

Apesar da ausência de consenso acerca do espaço turístico, entendem-se os discursos como instâncias últimas de elaboração que colocam em jogo a língua, o pensamento, a experiência empírica, as categorias, o vivido e as necessidades ideais, a contingência dos acontecimentos e o jogo de

¹ Para Simões (2009), os enfoques atualmente mais recorrentes da “Geografia do turismo” se baseiam especialmente em três análises: a) as baseadas em modelos espaciais e comportamento (modelos de evolução espacial e temporal do Turismo; modelos de interpretação de tomada de decisões e comportamento dos turistas; etc.); b) as centradas na economia política do Turismo (mercantilização de cultura e do espaço; o Turismo no rol dos processos de regeneração urbana e rural de países em desenvolvimento; etc.); c) as baseadas em interpretações culturais (o lugar turístico; os processos de aculturação e de interação entre as pessoas e entre estas e os lugares, etc.).

coações formais (FOUCAULT, 2007, p. 85-86), o que logo serve para relativizar o contexto em que aparecem inúmeras referências ao conceito de espaço turístico e as raras definições que lhe caracterizem ou estruturam conceitualmente. Sendo que em geral, ocorre mais uma aproximação com o espaço – que se dá de maneira abrangente e genérica – do que uma preocupação em termos científicos de debate ou estruturação deste conceito, por isso, costuma-se citar com frequência a definição de espaço turístico, elaborada por Boullón², como um termo fechado e acabado:

O espaço turístico é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infraestrutura turística, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país (BOULLÓN, 2002, p. 79.).

Tendo como ponto de partida esta definição, se esclarece que aqui ele é entendido como espaço transformado por fluxos de turistas, no qual se criam estruturas receptivas de diversas naturezas (alojamento, restaurantes, entretenimento, etc.), e que gera aportações econômicas relevantes, localmente. O marco conceitual não é o número de visitas, mas a função turística que se estabelece junto com as transformações espaciais geradas, que variam de acordo com os tipos de turismo e as características determinantes do espaço, pois se entende que é o consumo do espaço pelo turismo que produz os espaços turísticos (CAZES, 2001), ou melhor, que é o uso do território que produz espaço (SANTOS, 1996).

Deve se ter em mente que toda definição é elaborada a partir de uma unidade de enunciados que excluem conjuntos de incompatibilidades de formação e incoerências ideológicas condicionadas à orientação teórica utilizada pelo pesquisador e que mesmo sem esse tipo de elaboração definitiva (definições conceituais), existem posicionamentos teórico-metodológicos que comunicam uma sorte de informações acerca do discurso construído sobre aquilo que é espaço ou o espacial. E apesar dessa ausência, entende-se que existe todo um conjunto de enunciações que servem à análise aqui proposta – de desvelar qual o trato dado ao espaço turístico e a questão espacial nos estudos geográficos do Turismo – suficientes em termos de exteriorização dos discursos que permeiam essa subárea e que se relacionam com os debates acerca do espaço geográfico.

Em acordo com a periodização feita no Capítulo 1 desta tese (período inicial ou clássico, período de consolidação, período da pluralidade), estrutura-se a análise a partir da apresentação dos pressupostos e/ou regras teóricas referentes a cada período com a devida discussão realizada em torno do entendimento do conceito de espaço turístico, bem como os

² Este é um autor vinculado a outra área de conhecimento: a Arquitetura, mas que adota concepções geográficas como base de suas elaborações.

avanços e os limites de cada debate. Ressalta-se que tal organização se inspirou no modo de classificação das concepções espaciais defendidas acerca do espaço turístico por Ortega Valcárcel (2000), que sintetiza em quatro concepções diferentes as teorias elaboradas acerca do espaço turístico: espaço contenedor (suporte), espaço natural, espaço subjetivo e espaço como produto social; e por Pimentel e Castrogiovanni (2015), que baseados na proposta espacial de Di Méo e Buléon (2007), compreendem que existem três aspectos indissociavelmente entrelaçados na relação Turismo e espaço: o campo do espaço kantiano (fenomenológico), o campo do espaço cartesiano (racional) e o campo do espaço durkheimiano (social).

O período denominado de inicial ou clássico da abordagem geográfica do Turismo, por compreender uma longa fase de tempo, do início do século XIX até os anos de 1960, torna a tarefa de encontrar o padrão um desafio, visto que não possui regras científicas tão determinadas e claras, sendo possível apreender apenas alguns pressupostos teóricos. No geral, compõem-se por reflexões destinadas ao desenvolvimento de uma ciência empírica-naturalista que se pautava na observação, sistematização e descrição, com a utilização de técnicas variadas do que era obtido no trabalho de campo; caracterizava-se também pela preocupação com a aparência, o visível na paisagem, e não tinha como objetivo desenvolver nenhum tipo de teorização e/ou explicação da realidade.

Marca essa fase a compreensão do espaço como extensão objetiva que deveria ser identificada, descrita em sua organização inicial, no qual se sobressaía a preocupação com as primeiras modificações da paisagem causada pela necessidade de deslocamento espacial com fins de lazer. No âmbito das transformações, a pauta econômica se destacava por ser a dimensão mais aparente desse fenômeno, assim como as transformações ambientais³, logo, o espaço turístico era entendido como um espaço periférico que atende às demandas de descanso das cidades, obedecendo a uma lógica de localização a partir dos centros emissores e a uma racionalidade econômica para atender à demanda turística. Cabem como perguntas acerca desse espaço: o que é esse espaço e quais são as transformações espaciais ocasionadas? Sendo também comuns pesquisas centradas na segunda residência, nas dinâmicas de modificação da paisagem e dos espaços de comércio em cidades-balneário, bem como no funcionamento da atividade turística e na identificação dos elementos favoráveis ao desenvolvimento do Turismo.

Havia uma dificuldade em definir o espaço turístico devido às incipientes manifestações do Turismo no mundo e a elitização desta prática, e não sendo essa uma necessidade primeira do fazer acadêmico: sua reflexão ou estruturação conceitual foi relegada a segundo plano, salvo exceção da teoria desenvolvida por Christaller que só ganhou prestígio após a década de 1970, dentro de outro conjunto de ideias teórico-metodológicas. Outro

³ Não se deve de modo algum, estabelecer um paralelo destas com as análises recentes (que se voltam para a relação homem-meio ambiente a partir de múltiplos enfoques), pois antes, apenas se buscava evidenciar as primeiras modificações causadas pelo Turismo.

ponto a ser lembrado era que num primeiro contexto, o turista era entendido como parte integrante da paisagem do Turismo e isso demandava um conhecimento ainda indisponível acerca da relação pouco conhecida entre o Turismo e a natureza. Contudo, esse entendimento integrado homem-meio foi revogado pela urgência do objetivismo científico do positivismo, ocasionando a separação destes.

Como avanço, destacam-se os primeiros esforços em entender o que era o espaço turístico e sua demanda, o conjunto de trabalhos dessa natureza conduziu a Geografia à percepção do Turismo como atividade transformadora das paisagens (espaço) que eram impactadas por uma força econômica singular, abrindo possibilidades de pesquisas para o fenômeno e semeando avanços teóricos⁴ como ponto de partida para outros períodos. Os limites dessas análises se encontram na leitura do espaço turístico apenas como palco do desenrolar dos acontecimentos, um mero cenário, um recurso em si mesmo, não sendo possível visualizar as contradições no processo de formação e conflitos de uso destes espaços.

O período de consolidação da “Geografia do turismo” divide-se em estudos neopositivos e estudos críticos. No caso dos primeiros, as regras produzidas pelo trato científico se colocam através do método dedutivo e os pressupostos teóricos traduzidos pelo entendimento dos comportamentos e preferências humanas como homogêneos, pela crença na neutralidade do Estado e no acesso generalizado à informação. Dessa maneira, são construtos que têm o compromisso de inserir a quantificação e a teorização para construir um arcabouço normativo do mundo com a intenção de analisar os diferentes modos através dos quais a sociedade se organiza e se relaciona com o espaço que lhe é exterior, sendo então este, um espaço relacional e organizado pela sociedade.

Num contexto mais amplo, a inspiração neopositivista coloca em perspectiva a concepção piramidal do sistema científico, elaborada por August Comte e criada no afã de adequar o parâmetro das novas ciências ao paradigma físico-matemático. Segundo Boaventura Santos (2009), ele estruturou o sistema de ciência à semelhança do processo de evolução do conhecimento humano que ia do mais primitivo/geral ao mais complexo/específico, estabelecendo a Matemática como a forma mais simples de conhecimento e portanto, a base para a Física, seguida pela Química, Biologia até chegar à Sociologia, ocorrendo uma passagem e acumulação de conteúdos das disciplinas situadas abaixo para as de cima. De acordo com Moraes (1999), o embarque da Geografia nessas ideias foi possibilitado pelo vácuo deixado por produções anteriores, causado pela ausência de uma base teórico-metodológica consistente e a chance de alcançar o reconhecimento externo como ciência perante outras áreas ao aplicar tais preceitos.

No contexto particular da “Geografia do turismo”, a exigência do rigor

⁴ Foi a partir dos construtos de Chistaller que foram desenvolvidas as teorias da dependência e da desigualdade na repartição dos benefícios do Turismo entre os países subdesenvolvidos anfitriões e desenvolvidos emissores de turistas.

científico chegou ao que era aparente, ou seja, ao espaço turístico, tornando-o centro de seus questionamentos e estudos com a tarefa de desvelar os elementos que o compõem, como funcionam, os tipos possíveis e os fatores intervenientes. O foco encontra-se na estrutura espacial traduzido por meio da interação origem e destino, da intensidade e direção dos fluxos, na distribuição e localização do fenômeno no espaço e de vários fenômenos correlatos, nas relações e organizações do espaço turístico e nas variações espaciais do Turismo. Com a pegada científica no trato dessas questões, inaugurou-se a criação de modelos explicativos, a determinação de padrões e unidades na manifestação espacial do fenômeno, o estabelecimento de critérios e variáveis para a elaboração de uma tipologia turística, entre outros.

Nesse contexto, o espaço é entendido como algo exterior à sociedade, onde a prática turística se realiza de maneira independente deste que leva à compreensão dicotômica do espaço turístico como fundamentalmente um espaço distante/diferente (o destino das viagens) em oposição ao espaço do cotidiano/da casa (a origem do viajante); em consequência, a diferenciação espacial, soma dos elementos que lhe são próprios e dos construídos, surge como base para o desenvolvimento do Turismo. É posta uma separação nas análises de acordo com cada tipo de espaço (origem, destino), onde a comunicação/relação entre destino/origem acontece somente via deslocamento que, indiretamente naturaliza o entendimento do homem com ser duplo que se divide, sem a chance de coexistir o turista com o não turista, ou mesmo de existir relações mais complexas entre esses espaços, sejam eles turísticos ou não.

Assim, tomam-se como perguntas próprias a esse quadro de composição de estudos as que indagam a respeito do quem (turista, num perfil socioeconômico e de comportamento da oferta)? Do que é esse fenômeno (entendimento herdado do período anterior, atividade econômica/como se configura os deslocamentos)? E onde se manifesta (a localização, quais os fluxos regionais, número de chegadas e partidas, arranjos espaciais, qual a regra para sua distribuição)? Que desconsideram o homem como parte inerente ao processo, sendo no máximo incluído como ser social (algo também raro nesse tipo de pesquisa).

Além das mudanças fruto da consolidação do rigor científico e da apreensão do espaço turístico externo ao homem, percebe-se nessas teorias e modelos uma compreensão processual que se traduz, por exemplo, em propostas de modelização evolucionária dos espaços turísticos, como as defendidas por Butler (1980) e Chadeaud (1988). Sob a visão sistêmica, prevalece a necessidade de apreender a dinâmica do espaço turístico, buscando delimitar o espaço turístico e o que corresponde a este, as áreas de influências geradas pelo Turismo e as inter-relações entre estas, assim como as áreas de referências com outros espaços, ao mesmo tempo em que se preocupa em analisar e diagnosticar sua amplitude, potencial e impactos produzidos no espaço turístico, e ainda identificar a infraestrutura e equipamentos que o compõem.

Sem o frescor da novidade, visto a existência de iniciativas anteriores em determinar padrões (como em Christaller), diferindo-se apenas pelo refinamento tecnológico das técnicas aplicadas, o esforço de encontrar as regularidades espaciais do Turismo se traduz na investigação dos padrões locacionais, padrões de interação, padrões socioeconômicos e/ou padrões multidimensionais. Do caminho da regularidade chega-se à novidade da classificação dos espaços turísticos que obedecem a lógicas diversas, contemplam desde os negócios e os serviços que se oferecem ao turista, aos tipos de turistas, a especialização e diversificação do espaço, aos fluxos que emitem e/ou recebem e a concentração espacial, até as que refletem as condições complexas destes espaços; ou conforme Vera, et al (1997), compreendem tipologias teóricas pouco operativas com combinações quase infinitas de elementos do Turismo até as metodologias elaboradas para aplicação em determinados espaços. Contudo, percebe-se que as circunstâncias de implantação territorial do Turismo, que apresentam uma expressiva variedade de formas e funções, dificultam o estabelecimento de uma classificação do conjunto de espaços turísticos com uma terminologia clara e universalmente aceita, tanto academicamente quanto para a gestão da atividade turística (IVARS, 2001, p. 58).

Quanto às infinitas possibilidades de classificação, tem-se Lozato (1985) que propõe a classificação do espaço turístico em função de uma estrutura produtiva diversa (espaços polivalentes) ou de estrutura especializada na atividade turística (espaços especializados) que podem ser espaços mais ou menos abertos, semi-integrados e integrados, dependendo da ausência ou não de acesso e fluxo turístico, e se distribuem no espaço de forma mais ou menos polinucleares (núcleos de concentração da oferta turística), mais ou menos multipolares (um ou vários polos de atração de diferentes naturezas). Dewailly (1989) distingue o espaço a partir das formas elementares (equipamentos e estabelecimentos isolados construídos como parques temáticos ou não como as montanhas), formas simples (rota, polos rurais, cidades turísticas e estações turísticas) e formas complexas (espaços vazios, espaços de difusão turística, espaços turísticos em série, cornubações turísticas, regiões turísticas e espaços funcionais). E Shaw e Williams (1994) se referem à concepção de “entorno turístico”, classificando-os em entorno ideográfico (caráter único que se diferencia em atrações naturais e humanas), entorno organizacional (características, capacidade de carga e natureza temporal das atrações) e entorno cognitivo (classificado a partir das experiências e percepções dos turistas).

No caso das pesquisas brasileiras, imperam as compreensões generalistas sem a perspectiva da complexidade da face espacial do Turismo com a imposição de circunstâncias exclusivas no desenvolvimento de análises pontuais e parciais acerca do espaço turístico. Assim, por exemplo, não se exploram os diversos tipos de classificação dos espaços turísticos, especialmente as desenvolvidas por autores internacionais como Pearce (1981), Vera et al (1997), Lozato (1985), Dewailly (1989), Cazes (1992) e Shaw e Williams (1994), que poderiam favorecer, noutros

contextos, a compreensão da complexidade do fenômeno do Turismo, a dinamicidade e a variedade de situações locais que influenciam singularmente o espaço turístico. Para Ivars (2001), os estudos classificatórios servem para identificar os critérios elencados individualmente pelo pesquisador como modo de informar quais são os elementos que interferem na estrutura e funcionamento e explicam, em certa medida, a organização territorial dos espaços turísticos e suas implicações globais e setoriais. São critérios, segundo ele, os abaixo listados no quadro 1:

Quadro 1- Quadro-síntese dos critérios para análise do espaço turístico

Condições geográficas e estrutura pré-turística
Localização geográfica Tipo de “entorno turístico”: litoral, urbano, rural ou natural Características do meio físico-ecológico Acessibilidade Estruturas territoriais pré-turísticas: -Variáveis territoriais: distribuição dos assentamentos urbanos, usos do solo, funções urbanas. -Variáveis sociodemográficas: volume e estrutura da população, tendências regressivas e progressivas, ... -Variáveis econômicas: rentabilidade dos setores tradicionais, relações intersetoriais, ...
Processo de desenvolvimento turístico
Contexto econômico e sociopolítico das distintas fases do processo de desenvolvimento Estratégias de intervenção de agentes públicos e privados: procedência da inversão, titularidade das empresas turísticas, ... Caráter espontâneo ou planejado Determinação da fase atual de desenvolvimento de acordo com a teoria do ciclo de vida da área turística
Modelo turístico resultante da associação recursos – estruturas produtivas – demandas
Tipo de recursos turísticos atuais e potenciais Volume, segmentação e distribuição temporal da demanda Volume, tipologia, nível de especialização e distribuição territorial da oferta

Níveis de integração territorial, econômica e turística
Caráter fechado (enclavado) ou integrado do espaço turístico na estrutura territorial Relações intersetoriais do Turismo com outras atividades econômicas Procedência dos fluxos turísticos: internacionais, nacionais ou regionais Grau de penetração das empresas turísticas exógenas
Marco institucional e sistema de atores
Distribuição das competências e organização administrativa do Turismo Filosofia, planos e programas de atuação pública Estratégias dos agentes operantes no espaço turístico Iniciativas de colaboração e cooperação entre os atores
Imagem
Atributos da imagem do espaço turístico Imagem arquetípica, projetada e percebida
Consequências do desenvolvimento turístico
Efeitos econômicos, sociais, culturais e ambientais

Fonte: traduzido de Ivars (2001)

Tais critérios, segundo Ivars (2001), foram retirados das propostas tipológicas de espaços turísticos de diversos autores e servem como base para um exercício teórico de análise da implantação territorial do Turismo, bem como de suas formas e funções espaciais, considerando o espaço turístico como uma realidade complexa que resulta do processo de desenvolvimento turístico sobre uma estrutura territorial e econômica que se modifica, em menor ou maior grau, pela capacidade estruturante do Turismo.

É importante destacar que esse tipo de conhecimento produzido ainda tem um forte apelo dentro da “Geografia do turismo” com a continuação de análises que buscam compreender as dinâmicas de implantação espacial do Turismo e sua aplicabilidade para o planejamento/organização territorial, levando em consideração os fluxos, graus de desenvolvimento turístico, campanhas de imagem e circunstâncias políticas; são modelos e teorias explicativas variadas que convergem com a demanda do setor público e privado por planos e programas que contemplem o ordenamento e/ou reordenamento territorial do Turismo. Nesses casos das pesquisas mais recentes⁵, o espaço turístico é sempre pensado nos termos de sua

⁵ Nesse caso, se caracterizam como estudos geográficos do período da pluralidade que se dispersam em estudos de caso e temáticas específicas, com recortes temporais e espaciais desconectados de uma compreensão histórica e evolutiva. Assim como no caso das pesquisas neopositivistas, que são favoráveis à manutenção do *status quo* e da dinâmica mercadológica,

operacionalidade para o planejamento e organização da “atividade”, no equilíbrio dos impactos sociais, ambientais, políticos e econômicos; e na utilização de elementos de interpretação e valorização de fatos históricos para formatação do “produto” turístico.

Vende-se a ideia do papel chave da Geografia na formulação de políticas públicas e instrumentos de gestão para o desenvolvimento do Turismo num conjunto de órgãos governamentais, especialmente quando se verifica a necessidade de estudos aplicados à demanda, oferta, negócios e organização territorial em interconexão com outras áreas de conhecimento (Sociologia, Psicologia, Marketing, Economia, etc.) e com o entendimento das diferentes escalas. Em contraponto, recorda-se de Santos (2014), ao afirmar que o planejamento tem sido um instrumento indispensável à manutenção e ao agravamento do atraso dos países pobres, assim como ao agravamento ou à exacerbação de disparidades sociais.

Na esteira de aplicação dos conhecimentos geográficos, questionam-se concepções defendidas pelo Ministério do Turismo brasileiro de “destino ou polo indutor” de 2008 a 2015⁶ que tomam algumas cidades e/ou regiões turísticas nacionais como indutoras para o desenvolvimento do Turismo, sendo este um princípio organizador de parte das ações/investimentos deste órgão, que se estabelecem a partir da hierarquização do “potencial indutor” das localidades. Este é definido em face do fluxo já estabelecido, dos recursos e infraestruturas disponibilizados (incentivos locacionais), e das relações/interações mútuas com as outras cidades mais próximas devido à existência de meios de comunicação/informação e transporte (num esquema tradicional centro/periferia). Contudo, tais ideias ficam perdidas diante das transformações do mundo e do estabelecimento de uma nova hierarquia urbana. São modificações que se consolidam a partir de trocas mais intensas com áreas distantes, sem intermediação regional e/ou nacional (local e global), e de uma organização espacial em rede, que compreende um grau de complexidade maior de relações, fluxos, atores, informações e que quebra com o esquema militar e piramidal das interações tradicionais e negam os modelos ideais e generalistas.

Quanto aos limites dos estudos neopositivistas, em resumo, percebe-se que reduzem o papel do homem e o significado do processo histórico na compreensão e explicação da dinâmica do Turismo a níveis inaceitáveis, além de se comprometerem com a produção de conhecimentos consumíveis pelo mercado e por gestores públicos. E ainda faltam responder às questões fundamentais a qualquer estudo sistemático a respeito da organização do espaço turístico, em analogia aos problemas fundamentais do espaço geográfico colocados por Santos (2014), que são:

apesar de denunciarem ou criticarem as contradições do processo, buscam acentuar a importância do Turismo como única solução para determinadas regiões ou localidades.

⁶ Cita-se como exemplo dessas políticas a dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional proposta pelo Ministério do Turismo, que buscava incentivar a dinâmica econômica do território por meio do turismo. Os destinos indutores são aqueles que possuem infraestrutura básica e turística além de atrativos qualificados e capazes de atrair e/ou distribuir significativo número de turistas para seu entorno.

(1) Por que cada coisa está situada num determinado local em vez de em outro qualquer? (2) Em que medida os diferentes elementos de uma dada organização espacial podem vir a variar em sua distribuição e (3) Por que uma inovação aparece em um dado local e não em outro? (SANTOS, 2014, p. 56).

Como avanços, entende-se que foram importantes por inserir a preocupação com teoria e método nas elaborações dessa subárea, bem como o cuidado com a coleta de dados e análises, ou seja, dedicaram-se a trabalhar uma parte importante do processo científico de reduzir e de encontrar qualidades comuns para construir conceitos e teorias, mas negligenciando a necessidade de retornar seus achados ou modelos à realidade. Também foram listados por Pimentel e Castrogiovanni (2015), como conquistas significativas:

O conhecimento da hierarquia espacial dos fluxos de visitantes e de capitais; o comportamento da distribuição desses fluxos e suas deformidades frente às leis de distância espacial; as relações de [não] reciprocidade das interações turísticas, e o que contribuem em uma [inter] dependência dos subespaços envolvidos; a constatações de recorrências e a proposição de modelos teóricos sobre a expansão de uma urbanização turística, bem como possibilidades de seu zoneamento; as implicações do desenvolvimento do turismo para a vinculação dos subespaços ao meio-técnico-científico-informacional; além de fenômenos espaciais de segregação, integração e competição em diferentes lugares denotados como turísticos. (PIMENTEL; CASTROGIOVANNI, 2015, p. 445).

Quanto aos estudos críticos, com base no método materialismo histórico e dialético, e a intenção de passar do nível da aparência para o da essência, tem-se como pressupostos teóricos a apreensão do processo histórico e das determinações sociais na elaboração de teorias explicativas da realidade, bem como a contestação da ordem estabelecida pelo capital e questionamento do *status quo*. Dessa maneira, afirma as contradições, conflitos e determinações sociais da paisagem comandadas pelas relações de produção que se estabelecem entre os homens a cada momento histórico e investiga as estruturas condicionantes do modo de produção capitalista e o processo de acumulação do capital. Entende-se que refletir significa desempenhar propriamente a função científica teórico-crítica de compreender o mundo humano e social.

Traduz-se em termos geográficos que o espaço não deve ser concebido como algo externo, pois o espaço é uma materialidade social produzida pelo homem através do trabalho, ou seja, o espaço desempenha um papel em relação à sociedade. Desenvolve-se uma crítica que surge de uma consciência do metabolismo das ações humanas e do modo de existência do homem na teoria espacial, com diferentes profundidades e variações teóricas, num contexto plural de tendências, mas que de um modo geral, conduziu-as a análises que pensam a realidade material e a ordem em prol da transformação social.

Reflete-se o espaço em sua estrutura e dinâmica, contudo, o social é o que marca a diferença de entendimento em relação aos estudos neopositivistas, sendo este espaço historicamente determinado e condição de existência do próprio homem, relacionado ao grau de desenvolvimento da sociedade, à formação social, ao modo de produção, às forças produtivas, às relações de produção e cultura. Nesse contexto, o espaço é compreendido como condição, meio e produto da reprodução social que é revelado enquanto produto social e como condição para as transformações sociais, políticas e econômicas se materializarem no decorrer da história. De acordo com Carlos (2011), a perspectiva histórica do espaço aparece em seu movimento de produção e reprodução enquanto materialização das relações sociais.

O capital que é compreendido como uma das categorias determinantes da produção, reprodução e consumo do espaço, logo se torna o pilar fundamental para se tecer as análises críticas do Turismo que evidenciam a predominância dos ditames econômicos e mercadológicos do fenômeno numa dinâmica de reprodução/produção e consumo espacial em termos negativos. Para esses estudos, o espaço turístico é um bem de consumo apropriado pela prática turística em favor da acumulação do capital, o que conduz à assimilação do fenômeno do Turismo como um produto gerador de problemas, homogeneizador de culturas, fetichizador de lugares:

Em síntese: o espaço do/ou para o turismo constitui uma mercadoria complexa, pois ele mesmo é uma mercadoria. Trata-se da natureza, ou da produção social, incorporada em outra mercadoria, mas como parte do mesmo consumo/produção/do espaço. (RODRIGUES, 1996, p. 56)

Interessa a essas investigações críticas: denunciar o papel do Turismo no processo de acumulação capitalista e na supressão dos direitos relativos ao espaço das populações; demonstrar a estreita vinculação entre o processo de expansão espacial do Turismo e o processo de acumulação capitalista; investigar os impactos das representações simbólicas no processo de produção/reprodução e consumo do espaço turístico; conhecer os agentes que atuam e como atuam, junto à produção do espaço turístico; desvelar as dinâmicas de produção/destruição/reprodução dos espaços turísticos; criticar a atuação do Estado no processo de transformação e apropriação espacial; analisar a degradação ambiental pelo uso indevido do solo, a poluição, etc. Ou seja, formam um conjunto amplo e variado de pesquisas (de propostas teóricas e de atuação política) que se volta para o modo como o espaço turístico é produzido/reproduzido ao ser (re) modelado e/ou (re) construído ao sabor das necessidades do mercado e estranhos aos interesses comunitários, assim como ele é visitado e consumido por turistas que desconsideram as relações socioespaciais do local.

As inovações da perspectiva crítica inauguram temáticas a respeito dos conflitos e interesses no uso do espaço turístico, as contradições do

desenvolvimento turístico, da segregação espacial, do papel das cidades, da cultura, apropriação das práticas de lazer como mercadoria, socializações de consumo promovidas pelo Turismo, o comportamento alienado do turista, os não lugares, os impactos socioculturais, entre outros; que em certa medida, acompanharam as evoluções políticas e econômicas do mundo, além dos debates contrários à existência de uma ciência neutra, alheia e distante da realidade.

Por outro lado, se manteve em alta as discussões acerca do espaço turístico e seus agentes transformadores (como campo de forças dos agentes), seu processo de turistificação (incorporação da função turística nos espaços), sua lógica de crescimento e expansão, os impactos ambientais e etc. No entanto, com novas lentes que permitem captar o movimento da sociedade e do espaço – oriundas do materialismo histórico e dialético – para denunciar e alertar sobre a necessidade de subversão da ordem do capital; são pesquisas que orbitam em torno das perspectivas econômicas, políticas e ambientais. Como exemplo dessas continuidades e para além do destaque dado ao reconhecimento da lógica capitalista do Turismo, destacam-se as investigações em torno das políticas públicas e a participação da Geografia, opostas à defesa positiva de antes, chamam atenção para: a interferência do Estado no processo, para os impactos gerados por estas, as relações de poder e a exclusão do conhecimento espacial. O mesmo se aplica aos estudos de cunho ambiental que alertam para a apropriação indevida dos recursos naturais pela atividade turística e, em alguns casos, a destruição destes, também busca indicar a necessidade de monitoramento constante das áreas ambientais via instrumentos geográficos de geoprocessamento, entre outros.

No trato do espaço turístico, os estudos críticos abandonam o fetiche espacial neopositivista, idealizado e em descompasso com a realidade, e com ele a centralidade do debate em torno do espaço turístico, priorizam-se propostas que ampliam o foco para o Turismo em si, mas que se acople à compreensão da sociedade e seu reflexo na estrutura e dinâmica espacial. Assim, a abertura epistemológica para outras áreas, que foi condição necessária para a Geografia desenvolver a perspectiva social do espaço, chega à “Geografia do turismo” trazendo novos conhecimentos e pautas que vão ampliar o entendimento da questão espacial e consequentemente, de seu escopo para além do espaço turístico.

Reconhecem-se os possíveis avanços alcançados pelos estudos críticos, restritos à perspectiva espacial turística, em determinadas afirmações/condições/achados que representam evoluções no modo de apreender o Turismo e que incitam a novas investigações. Em resumo, alguns desses enunciados são:

- o Turismo promove mudanças e alterações no espaço, nas relações sociais e de trabalho.
- os espaços turísticos são construídos ou concebidos a partir de imagens turísticas socialmente construídas e arquétipos simbólicos globalizados.

- o Estado tem papel ativo e decisivo na conformação dos espaços turísticos às reivindicações capitalistas e dos promotores territoriais do Turismo.
- existem aspectos políticos, culturais, ideológicos e econômicos que devem ser considerados no planejamento político dos espaços turísticos que tendem a ignorar a importância da comunidade receptora.
- o Turismo contraditoriamente é devorador das paisagens que consome, ou seja, o seu uso leva a destruição quando não fiscalizado e gerido.
- são ao menos três porções do espaço a ser analisadas: os polos emissores, os espaços de deslocamento e os núcleos receptores de turistas que não podem ser compreendidos separadamente e estão em interação recíprocas.
- turista e anfitrião fazem uso do espaço de maneiras distintas e opostas.
- o Turismo promove territorialização e desterritorialização.
- os recursos naturais dos espaços turísticos são utilizados indiscriminadamente, seja para reforçar uma imagem ou para atrair determinados públicos.
- os comportamentos e modos de apropriação dos lugares turísticos são alienantes e alienados.
- os espaços turísticos são criados para controlar e delimitar a experiência turística em submissão à lógica do trabalho.
- existem componentes abstratos do espaço turístico: a fluidez do capital financeiro e a identidade imagética produzida pela mídia.
- a mobilidade acentuada é fruto da sociedade de consumo.

Quanto aos limites dos estudos críticos, destaca-se a ênfase dada às determinações sociais – ou seja, “as verdadeiras determinações” que estão por trás do desenvolvimento do Turismo e de sua questão espacial, permeadas por relações de classe, conflitos de interesses, valores sociais e culturais estruturante da sociedade – que levam ao determinismo economicista do Turismo, no qual se enfatiza apenas sua condição de produto alienante e/ou de consumo alienado, que se sobrepõe à liberdade e à singularidade individual, ignorando a existência de metodologias apropriadas a serem aplicadas para que se possa de fato chegar a tais afirmações.

Decorre disso a perda do caminho de volta à aparência, mesmo quando se analisam somente os termos materialistas dessas pesquisas, não sendo possível perceber o visível, a variedade das formas, da heterogeneidade do espaço “com uma enorme diversidade qualitativa sobre a superfície da terra, quanto a raças, culturas, credos, níveis de vida, etc.”. (SANTOS, p.40, 1996), que acaba por condicionar a compreensão dos espaços do Turismo de forma determinista e reducionista – como um *locus* de reprodução do capital e sua estrutura explicada a partir das dinâmicas econômicas de

valorização da terra e de diferenciação espacial. É devido à diversidade humana e, por consequência, espacial, que se devia supor que o modo de fazer/praticar Turismo e lazer também se difere, assim como variam as relações e marcas deixadas no espaço. Como reverso da medalha relembra-se a colocação de Santos (1979) acerca da necessidade de uma ética heroica na Geografia:

Esta ética nos permitirá reconhecer o espaço como reino de todos os homens e não como o campo de exercício do capitalismo. Isto significa que se deve estar preocupado, com o espaço social, o espaço de todos, e não com o espaço de empresas, o espaço de alguns, erroneamente chamado de “espaço econômico” (SANTOS,1979, p.34).

Produzem-se estudos, por exemplo, que conseguem captar teoricamente o movimento do social provocado pelo Turismo, que são politicamente engajados – em termos coletivos do homem como sociedade e em muitos casos, como seres passivos, explorados e excluídos – mas não se consegue resolver ou encontrar respostas do rebatimento disso tudo no espaço, tomam como suficiente a explicação negligente que afirma somente que todo processo social acontece no espaço. É nesse sentido que Pimentel e Castrogiovanni (2015) discorrem acerca das limitações das pesquisas críticas, por deixarem de lado questionamentos importantes quanto: ao argumento de escapismo diante do aumento do número de viagens de aposentados; de situações de risco e desconforto assumidas por determinados turistas; da compreensão do por que se escapa para determinados locais e situações e não para outras? Além de negligenciarem o fato de que os fluxos acontecem em sua maioria entre locais urbanizados, de não investigarem as razões da mobilidade turística pós-moderna ser tão proeminente e do papel que o Turismo exerce na constituição das subjetividades dos viajantes. Para eles, também, em outra medida, a crítica e redução do Turismo a um fenômeno de consumo denota certo elitismo apoiado na tradicional divisão entre visitante e turista⁷.

Em resumo, a apreensão parcial e limitada se externa numa compreensão norteadas por uma lógica de produção/reprodução e consumo do espaço, onde os sujeitos são consumidores, produtores do capital e/ou seres explorados por este, o que é insuficiente para desvelar a realidade por trás dos deslocamentos humanos com fins de lazer. A esse respeito, Knafo (1996) concorda e renega as formas limitadas de apreender o Turismo, sempre restritas à realidade do mercado ou como produto de consumo:

⁷ Baseado nessa concepção, os turistas são sujeitos alienados que exploram a degradação cultural de um povo e pouco se conectam com a comunidade receptora, manifestam atitudes desrespeitosas, degradam o meio ambiente e tomam parte do processo de consumo inconsciente dos lugares, conforme as ideias apresentadas por Turn e Ash, num livro clássico do Turismo, A Horda Dourada. Nesse sentido, os visitantes representam o oposto dos turistas.

Existe, enfim, uma outra razão, diferente, de produção de ideias prontas a propósito do turismo: ela resulta da situação comum, de domínio da pesquisa no campo do turismo, por interesses econômicos que concorrem para ver neste fenômeno somente sua face mercante e governada pela empresa turística (viajeiras, operadores de turismo, transportadora, hoteleiros, donos de restaurantes etc.) [...] Certos estudos sobre o turismo chegam mesmo a ignorar completamente os turistas e suas práticas (KNAFOU, 1996, p. 69).

Para Hiernaux (1996), o problema dessas análises é justamente porque se baseiam em argumentações do mundo da produção e reprodução capitalista e por negarem o entendimento do Turismo como algo pertencente à lógica do ócio e do lazer, sendo que:

Es a través del desplazamiento espacial que el turismo permite desarrollar prácticas sociales distintas, aceptadas o no en las normas de comportamiento del mundo del trabajo. El espacio distinto donde se ejerce las prácticas, no es un subespacio del espacio del trabajo, es una realidad compleja, de creciente relevancia, que obliga a razonar no sólo en términos de lógica de trabajo sino de lógica de ocio (HIERNAUX, 1996, p. 42.).

Por fim, acredita-se que o poder da crítica não está somente na corrosão e desconstrução, e sim no potencial de tornar-se estímulo, mesmo que falte em grande parte destes estudos, “de um entendimento complexo sobre uma prática social que se dissemina de formas diferenciadas, a partir de subjetividades infinitamente diversas e de vivências múltiplas dos sujeitos que as praticam, em um mundo que se globaliza” (MOESCH, 2004).

Chegando ao período da pluralidade dos estudos da “Geografia do turismo”, num contexto de crise paradigmática das ciências em geral, verifica-se a consolidação de uma produção bastante extensa e variada, sem comungar de regras iguais e/ou de preceitos específicos que possam ser aplicados na formação dos conceitos do espaço. Antes se apoia numa relativização do rigor científico, que segundo Japiassu (2002), se torna alternativo diante da descoberta de que existem proposições que não se podem refutar nem demonstrar, por isso os resultados são apenas aspirações probabilísticas aproximadas, já que a formulação de leis obriga a separações sempre provisórias e superficiais; e assume-se de vez a abertura para novas áreas do conhecimento e a diversidade no seio da ciência geográfica que coloca sob outra perspectiva o par unidade/diversidade diante da realidade multifacetada do presente.

Assim, obtêm-se produções que são resultados de uma pluralidade de condições e de diversas orientações teórico-metodológicas que dificultam o estabelecimento de uma linha única de pensamento que traduza o espaço turístico e a questão espacial em termos de uma base teórica, dada a miríade de conhecimentos dispersos desse subcampo. De um modo geral, destaca-se a continuidade do esforço de se perceber a importância do social na teoria espacial e o crescimento da influência da corrente

fenomenológica como método.

Quanto à evolução nos estudos do espaço turístico, surgem investigações que buscam conjugar a concepção social-materialista com a perspectiva simbólico-subjetiva do fenômeno, relativas à inserção da abordagem fenomenológica nos estudos do Turismo, que dão ênfase ao ponto de vista dos turistas e à dimensão do espaço como múltiplo, vivido, fluído e campo de experimentação. Percebe-se, nesse contexto, o apontamento para outras concepções de Turismo que o reconhecem como um modo de leitura do mundo e dos espaços (PIMENTEL; CASTROGIOVANNI, 2015) ou que o utiliza para a constituição das subjetividades dos sujeitos e espacialidades, conforme identifica Hiernaux (2006), nos estudos *del giro cultural*. Assim, de maneira diferente, as análises recaem sob os atores e os diferentes arranjos espaciais, as lógicas de uso e de significação dos espaços pelas práticas turísticas. Apesar de não se constituírem como maioria e de nem possuírem um volume considerável, elas expressam a metamorfose que a análise geográfica do Turismo vem passando.

No âmbito das pesquisas internacionais, verifica-se com clareza um movimento em busca de uma ampliação dos estudos espaciais pertinentes ao Turismo, sendo construído a partir de diferentes propostas que vêm dos estudos da mobilidade, da apreensão do corpo e de sua performance no espaço, da percepção do espaço vivido e também, da conjunção de conhecimentos com outras áreas, numa diversidade teórica fértil em possibilidades de pesquisa, fazem parte disso Löfgren (2006), Lozato-Gior~~tant~~ (2002), Lussault (2007), entre outros. Percebe-se que essas novas pesquisas tentam superar a visão de espaço turístico centrada nos negócios e nas transformações negativas que dele decorrem, buscando entender a condição de turista, vivida por qualquer indivíduo e a dinâmica espacial em sua complexidade atual; o que de fato representa uma ampliação do entendimento espacial como tendência iniciada nos estudos críticos.

No contexto da diversidade e da necessidade de se repensar os pilares epistemológicos e ontológicos, pode-se dizer que essa “Geografia do turismo” tenta rever seus principais achados e pontos debatidos que contemplam o significado das práticas turísticas, as relações socioculturais que interferem na produção/reprodução dos lugares turísticos, a atual dinâmica das cidades e a velocidade dos eventos que incidem no comportamento da sociedade e no modo de fazer Turismo. E nessa onda, relativiza-se, por exemplo, o desempenho dos turistas ao vivenciar a experiência turística, a partir de seu potencial para a reconfiguração do eu e de renegociação da identidade; colocam-se em cheque as ideias cristalizadas quanto à passividade e baixa empatia dos turistas para com os locais, entre outras concepções incoerentes com as novas demandas em torno do Turismo.

Para Pimentel e Castrogiovanni (2015) é nítido que houve uma mudança na forma de apreender o espaço turístico: antes se tentava compreender

as interações espaciais provocadas pelo Turismo, buscando na distribuição dos fluxos e equipamentos a lógica espacial do fenômeno; depois, com uma concepção social do espaço, passou a ser entendido como espaço visitado, organizado e consumido; e chegando por fim, à concepção atual do espaço turístico, entendido em seus termos simbólicos e ligados à compreensão do cotidiano numa trama relacional que leva em consideração a experiência por parte dos atores e das diferenças em seus arranjos.

É claro que existem avanços e tentativas de desvinculação das ideias positivistas limitadoras, mas para Hiernaux (2006), entretanto, o tratamento dado à questão espacial se coloca nos seguintes termos:

Todo parece indicar que el espacio acaba siendo um simple referente de localización o, em mejor de los casos, um entorno que soporta o contiene las actividades turísticas. Em este sentido, la mayor parte de los trabajos no proponen un análisis particular del espacio sino que suelen describir el comportamiento de algunas dimensiones del turismo (población, actividad económica, actividad hotelera...) em um espacio determinado. Se está entonces frente a uma geografia corográfica tradicional, más que frente a um análisis geográfico más riguroso, y menos aún se puede considerar como uma reflexión sobre el sentido mismo de este espacio turístico (HIERNAUX, 2006, p. 413).

Por isso, ainda não é possível afirmar a existência de pesquisas centradas nesses novos olhares da Geografia para o Turismo. É o caso das pesquisas brasileiras que ainda não se aproximaram desses direcionamentos inovadores e poucos autores, como Rodrigues (1996), Pimentel e Castrogiovanni (2015), Martoni (2014), Castro (2006), Albach (2010), entre outros, enveredam-se em reflexões teóricas acerca do espaço turístico em suas análises.

Assim, no geral, observam-se aproximações restritas a estudos de casos singulares que comprometem a elaboração de generalizações e/ou diluídas em temáticas que são mais comumente associadas à aproximação da Geografia com o tema, exploradas ao longo das últimas duas décadas (pelo menos desde o estabelecimento dos estudos críticos) – políticas públicas, meio ambiente, impactos socioespaciais, organização espacial do Turismo, dinâmicas territoriais, uso do patrimônio cultural, etc. Também se dá a fragmentação do debate espacial nas categorias território, paisagem, lugar e região ou nos termos qualificadores do espaço, urbano e rural, e nos tipos e características do Turismo – sol e praia, lazer, sustentabilidade; mas que será devidamente explorado posteriormente.

Em comprovação às constatações acerca da produção brasileira, Maranhão (2017) afirma em sua tese⁸ que o conceito de espaço geográfico

⁸ Maranhão (2017) realizou uma análise teórico-metodológica e conceitual de teses e dissertações de Mestrado defendidas no âmbito dos programas brasileiros de pós-graduação *stricto sensu* em Geografia voltados para a investigação do Turismo, no período de 1987 a 2015.

aparece em 85% das pesquisas brasileiras desenvolvidas no âmbito dos programas de pós-graduação e é utilizado implicitamente e de forma fragmentada, a fim de corroborar as problematizações propostas; também se encontra presente a compreensão da teoria do espaço como uma possibilidade de leitura coerente de espaço geográfico em toda sua amplitude, dentre a grande variação temática que existe; e ainda, associado ao conceito de paisagem como resultado da união sociedade e paisagem.

Por fim, do caminho trilhado em torno do espaço turístico e da questão espacial, pouco se pode afirmar com clareza devido ao tímido crescimento desses estudos inovadores, somente que tende a valer-se do aporte de outras áreas, dos questionamentos aprofundados quanto a conceitos e fundamentos, da compreensão do indivíduo como parte intrínseca do processo turístico, da conexão das experiências e formação das identidades, da dinâmica de percepção espacial, enfim, das relações entre a subjetividade humana e materialidade espacial do processo turístico.

3 Considerações finais

Tendo como ponto de partida a crítica aos limites impostos pelo espaço turístico e/ou pela questão espacial do Turismo nos estudos da intitulada “Geografia do turismo”, entende-se que esse problema tem como base dois pontos.

Em primeiro, existe a ignorância quanto ao que é produzido pelo Turismo e a desconsideração deste como campo do conhecimento, que leva a distorções incorrigíveis mesmo com uma apreensão espacial teoricamente adequada.

Para alguns autores da “Geografia do turismo”, o reconhecimento do Turismo como área de conhecimento é duvidoso porque não enxerga seu progresso, visto que para eles o Turismo somente engloba as pré-concepções do senso comum em seu discurso. Realmente não é fácil determinar o lugar do Turismo, sendo difícil escapar das controvérsias políticas e ideológicas, bem como das diversas modas intelectuais que o rondam; entretanto, a Geografia também não está a salvo desses e de outros problemas, especialmente quando se tem em perspectiva um desenvolvimento recente capaz de assegurar seus fundamentos epistemológicos. E nas duas áreas não se aplicam por completo o rompimento com outros sistemas de representação, pois o reconhecimento do ponto de vista do homem não carrega a ideia de transgressão, de algo novo ou de uma descoberta, isso foi sendo desenvolvido de maneira contínua e acumulativamente.

A divergência entre “Geografia do turismo” e Turismo não se reduz a diferenças quanto ao modo de conceber o objeto de suas investigações, a essa subárea falta a interrogação quanto a posição do sujeito no saber construído por ela. O que leva ao segundo ponto da crítica à “Geografia do turismo”, o desvelamento do espaço de forma desvirtuada que limita a

complexidade inerente à temática, demandando um cuidadoso trabalho de elaboração argumentativa a ser apresentado em detalhes.

O problema identificado é a dificuldade de aplicar os construtos teóricos da teoria espacial na causa espacial do Turismo no que se refere ao social, sempre apreendido parcialmente e quase nunca relacionado ao sujeito/indivíduo turístico. Para amparar tal argumentação é necessário contextualizar a evolução do pensamento geográfico quanto ao entendimento espacial para apresentar os descompassos e/ou desarticulações com o que é produzido pela intitulada “Geografia do turismo”, indicando as insuficiências dessa abordagem nestes estudos.

Ainda existe toda uma dificuldade para compreender e analisar a questão espacial proposta pela Geografia por conta da amplitude de seu significado e inúmeras dúvidas que perpassam diversos outros estudiosos acerca do tema. Não obstante, existe uma ausência de reflexões que expliquem o homem nos estudos geográficos do Turismo⁹, que o afirme como ponto fundamental para a concretização da síntese renovadora, embasada nas dinâmicas sociais e constituída por um pensamento crítico que seja capaz de integrar essência e existência, teoria e prática, racional e irracional nos estudos da área. O homem, antes separado ou visto em sua relação à natureza, passa a ser entendido como ser social que participa e/ou compõe o próprio movimento da vida/natureza, e é nessa esteira que a Geografia tenta reconstruir a integração homem/natureza, já que por um longo período esteve enraizada no positivismo e se deslocou da sociedade ao alienar seus próprios fundamentos sociais.

Por isso, a dificuldade em aplicar o entendimento da natureza social do espaço nos estudos do Turismo impede que se concretize a proposta de análise espacial deste fenômeno. Contempla o papel do homem numa perspectiva dualista da relação homem-natureza em que suas ações e participações não são suficientemente colocadas na questão espacial, se ignora aspectos subjetivos, por exemplo, acerca das motivações e efeitos da experiência turística no dia a dia das pessoas e/ou na construção das identidades individuais e relações sociais.

Seriam bem-vindas, para um início de caminhada, as pesquisas que buscam conhecer as diferentes nuances do papel do turista, do empreendedor e da comunidade receptora que se envolvem num movimento dialético de troca; entender por que a mobilidade se complexifica para além da necessidade de sobrevivência humana; abandonar o entendimento do turista como ser alienado e sem lhe ressaltar a passividade e/ou neutralidade; enfim, perguntas que ultrapassem o onde? O como? E quais os efeitos espaciais do Turismo? Mas que incluam em definitivo a concepção da essência e da existência humana. Que o homem não seja reconhecido como “elemento significativo” do processo, por ser um mero consumidor a ser agradado ou um dado do “destino

⁹ De acordo com Japiassu (p. 132, 2002), nas Ciências Humanas, o homem tornou-se um grande ausente, na medida em que somos mestres e possuidores da natureza, nos tornamos cada vez mais intervencionistas e acabamos por instituir a rejeição do sujeito.

receptor” e dos fluxos turísticos; é necessário refletir a situação humana dessa prática social, de forma mais ampla.

O sujeito turístico se trata de um indivíduo que se inscreve numa multidão, num contexto histórico, num meio social e linguístico e que é, contraditoriamente e simultaneamente, trabalhador e cidadão, consumidor e produtor, filho e pai, personagem objetivado e subjetivado que assume o estatuto de passividade atribuído e coagido pela sociedade e o papel de sujeito, dono da decisão e responsabilidade que lhe imputa a vida democrática. Nesse contexto, a Geografia não pode validar por meio de seus estudos a incapacidade de o homem ser ele mesmo, reificando a perda da liberdade, a alienação.

Resultado emblemático do conhecimento produzido pelo desvelamento do espaço geográfico e turístico atrelado à *práxis* histórica, à organização social e à estrutura cultural, o discurso crítico que denuncia as contradições do fenômeno do Turismo, na verdade tem o tom que lhe é possível, visto que a dificuldade da Geografia em refletir o homem por sua tradição nos estudos do meio físico tende a captar a sociedade nos termos de um fluxo social e das minorias; assim vê o Turismo como uma atividade de elite e das classes privilegiadas.

Em outros casos, a pesquisa científica se esconde por detrás de uma pretensa objetividade, utilizando mecanismos que asseguram e legitimam a manutenção da ordem estabelecida pela ideologia dominante; o exemplo fica por conta de estudos da vertente denominada de “Geoturismo”, assim como dos que se enquadram como Geografia aplicada ao Turismo, por serem contentes em elaborar pesquisas restritas técnica e rigorosamente construídas que ocultam dogmas inconfessados e uma ideologia mais ou menos tecnocrática. Assim, ao invés de colaborar para a libertação das amarras, aprofunda o estado de servidão para com o Poder.

Há uma desatualização da “Geografia do turismo” diante das metamorfoses do Turismo que se articulam cientificamente num contexto macro de transformações paradigmáticas, das fragmentações indevidas e equivalências irrefletidas, assim como pela diversidade de propostas que não contemplam a subjetividade e o sujeito no processo turístico de produção/reprodução do espaço. Para o estabelecimento de uma compreensão geográfica transformadora, se impõe a esses estudos um constante caminhar teórico-metodológico fundamental ao reconhecimento da realidade espacial, como intermediária da relação sociedade/natureza, integrada a outras compreensões científicas em busca dos elos que faltam e dos registros incompletos e vazios.

Diante do chamado da atualização, seria injusto não citar o trabalho de pesquisas Huy (2009) que buscam desconstruir a ideia tradicional acerca da espacialidade turística, ou seja, daquela que envolve o deslocamento de um ponto primário até um destino, e conseqüentemente, coloca em oposição o espaço do cotidiano e o espaço da prática turística, sendo evidente que as diversas formas de mobilidade individual e os diferentes tipos de moradia desafiam esse ponto de vista e chamam a atenção para a

complexidade dessa trama em que se interagem/mesclam a vida diária e o Turismo. São também inovadoras nesse sentido, as pesquisas de impacto do registro de impressões individuais e imagens não profissionais na construção dos imaginários dos lugares de Janson (2007), situações de retorno ou visita a parentes, que mesclam estudos culturais e de mobilidade com comparações de percepção e comportamento dos moradores com turistas na utilização de transportes públicos de Löfgren (2015).

A estrutura conceitual do Turismo, tomada pelos estudiosos, conforme explica Huy (2009), contempla o binário lar e distância, bem como a jornada circular que liga origem/destino/origem¹⁰, e por isso, a ideia de espaço turístico ser construída em “contraste com ambiente usual” e/ou de ser algo incomum e/ou afastado, sendo esta a marca do que se estabelece como espaço turístico ou não. Entretanto, esta máxima não deve ser a base para a compreensão da espacialidade turística num mundo globalizado, no qual abundam informações e imagens dos lugares mais recônditos do planeta, e especialmente, porque as pessoas não viajam apenas em busca desses espaços turísticos (que já não são tão incomuns e distantes), e sim por reconhecerem o Turismo como fenômeno representativo do atual modo de vida das sociedades – devido à crescente demanda de opções de lazer, tempo livre e tecnologias a disposição; o que complexifica o entendimento de Turismo e espaço turístico aceito pela maioria dos pesquisadores da área.

Ao criar uma dicotomia entre o espaço de casa e o espaço do Turismo, os estudos geográficos têm reforçado e legitimado por meio da questão espacial uma apreensão limitada do Turismo como viagens “circulares” e/ou algo periférico à vida cotidiana, centrada na miragem da diferenciação dos lugares, contudo, num contexto atual, no qual a compreensão de comunidade, lar e identidade são móveis e complexas, sendo essencial entender e considerar os diferentes tipos de mobilidade, tais como: as migrações que desafiam o entendimento da espacialização turística tradicional, onde se chama de lar apenas um lugar; as mobilidades que misturam lazer e negócios; o porque de muitas pessoas saírem de casa e pagarem para ter experiências semelhantes às vividas no dia a dia, dentre outras questões.

De acordo com as evidências colocadas por Huy (2009), a chave para o desvelamento da espacialidade do Turismo está na ruptura com esse entendimento, isolado a locais singulares e à moradia, que leva a uma apreensão dicotômica do espaço turístico sem atentar ao emaranhamento das práticas turísticas com o cotidiano. Mas, mesmo nesse tipo de pesquisa inovadora, falta o amálgama da compreensão social inerente à questão espacial, sendo parcialmente apreendido por colocar de lado a centralidade do sujeito na análise do processo turístico.

¹⁰ O que justifica a apreensão de números que envolvem a mobilidade turística e valida o uso acadêmico da definição técnica cunhada com fins operacionais. A definição técnica utilizada com maior frequência retrata o conceito de Turismo definido pela Organização Mundial do Turismo (OMT) que estabelece marcos quantitativos temporais facilmente apreendidos pelos órgãos de controle migratórios como as embaixadas e os aeroportos.

Por conseguinte, se afirma que é no traçado de suas fronteiras que a Geografia exerce a influência ideológica do saber objetivo que determina o real e bane as subjetividades ou que separa o sujeito e o objeto, muito mais que no interior do seu campo de saber. Entretanto, o fenômeno do Turismo se caracteriza como uma ação que não se reduz a um processo em terceira pessoa, por isso, ele não se inscreve num esquema de total exterioridade e logo, a presença de referências às motivações, objetivos e valores não constitui uma anomalia epistemológica a ser superada, e sim elementos constitutivos de seu acesso ao conhecimento.

4 Referência

ALBACH, V. **Panorama da pesquisa em turismo nos mestrados em geografia do brasil**: o caso do mestrado em geografia da UFPR. Abril de 2010. 166 páginas. Dissertação de Mestrado Programa de Pós-graduação em Geografia na Universidade Federal do Paraná. Curitiba: 2010.

Society and Space, New Zealand, volume 9, Issue 4, p. 461 -478. December 1991.

BOULLÓN, R. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUSC, 2002.

BUTLER, R.W. The concept of the tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, v. 24, n.1, p.5-12, 1980.

CARLOS, A. F. A. **A condição espacial**. São Paulo: Contexto, 2011.

CASTROGIOVANNI, A.C. O Lugar da Geografia no Entre-Lugar do espaço turístico: uma viagem complexa. **Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**. Barcelona: Vol. XI, núm. 245 (60), 1 de agosto de 2007.

CASTRO, N. A. **O lugar do Turismo na ciência geográfica: contribuições teórico-metodológicas à ação educativa**. Universidade de São Paulo. Departamento de Geografia. São Paulo: 2006.

CAZES, G. **Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs**. Paris: Éditions Breal, 1992.

CAZES, George. Turismo e subdesenvolvimento: tendências recentes. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais (org). 3.ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

CHADEFAUD, M. **Aux origines du tourisme dans les Pays de l'Adour**. Editors J&D. Deucalion, 1988.

CORIOLOANO, L. N.; ALMEIDA, H. M. de. O turismo no nordeste brasileiro: dos resorts aos núcleos de economia solidária. **Scripta Nova**: revista

electrónica de geografía y ciencias sociales, [en línea], 2007, Vol. 11. Disponível em: <https://raco.cat/index.php/ScriptaNova/article/view/7408>.

CRAVIDÃO, F MARUJO, N. La geografia en las carreras superiores de turismo em Portugal. Buenos Aires: **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Volumen 22, p. 357 – 368. 2013.

CRUZ, R. C. A. da. **Geografia do Turismo**, de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Roca, 2001.

DEWAILLY, J, M. **Tourisme et aménagement en Europe du Nord**. Paris:Masson,1989.

DI MÉO, G. ; BULÉON, P. **L'espace social**. Lecture géographique des sociétés. Paris : Armand Colin. 2007

IVARS, J. A. **La planificación turística de los espacios regionales em España**. Junio de 2001. Volumen I Tesidctoral de la Universidad de Alicante. Instituto Universitario de Geografía. Alicante. 2001.

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2007.

HIERNAUX, D. Geografía del turismo. In: **Tratado de Geografía Humana**. 2001

HIERNAUX e LINDÓN (dir).**Geografías de lo imaginario o la dimensión imaginaria de las Geografías del Lebenswelt**. Barcelona: Anthropos Editorial, 2006.

_____. Elementos para un analisis sociogeografico del Turismo. In: Rodrigues Adyr A. (Org.), **Turismo e Geografia, reflexoes teoricas e enfoques regionais**. São Paulo: Editora Hucitec, p. 39-54, 1996.

HUI, A. Many homes for tourism Re-considering spatializations of home and away in tourism mobilities. **Tourist studies sage publications Los Angeles, London, New Delhi, Singapore and Washington DC**, vol 8(3), p. 291-311, 2009. DOI: 10.1177/ 1468797608100591. Disponível em:www.sagepublications.com.

KNAFOU, R. (1996): Turismo e Território. Por uma abordagem científica do turismo. In: Adyr A. B. Rodrigues (org.). **Turismo e Geografia**. Reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: HUCITEC.

JAPIASSU, H. **Introdução às Ciências Humanas, Análise de Epistemologia Histórica**. São Paulo: Editora Letras & Letras, 2002.

JANSSON, A. A sense of tourism New media and the dialectic of encapsulation/decapsulation. **Tourist studies sage publications Los Angeles,London, New Delhi and Singapore**, vol 7, (1) 5–24, 2007 DOI: 10.1177/ 1468797607079799. Disponível em: www.sagepublications.com.

LEW, A. Definido Geografia do Turismo. In: LEW, A.; HALL, C. M. e WILLIAMS, A. M. **Compêndio de Turismo**. Lisboa: Instituto Piaget, 2004.

LÖFGREN, O. Modes and Moods of Mobility. **Culture Unbound**, Volume 7, 2015: 175-195. Published by Linköping University Electronic Press. Disponível em: <http://www.cultureunbound.ep.liu.se>.

LÖFGREN, O. Modes and Moods of Mobility. **Culture Unbound**, Volume 7, 2015: 175-195. Published by Linköping University Electronic Press. Disponível em: <http://www.cultureunbound.ep.liu.se>.

LOZATO-GIOTART, J. **Geografia del Turismo**: dallo spazio visitato allo spazio consumato. Milão: Franco Angeli, 2002.

LUSSAULT, M. Le tourisme, un genre commun. In: Duhamel & Knafo (orgs.) **Mondes urbains du tourisme**. Paris: Belin, 2007 349 páginas.

MARANHÃO, C. H. **A digital geográfica do turismo**: uma análise teórico-metodológica e conceitual de teses e dissertações no âmbito dos programas brasileiros de pós-graduação stricto sensu em Geografia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Programa de Pós-graduação em Geografia. Natal: 2017.

MARTONI, R. **Por uma ontologia do espaço turístico**: contribuições para uma consciência do real e do possível. 335 páginas Universidade Federal do Paraná. Programa de Pós-graduação em Geografia. Curitiba, 2014.

MOESCH, M. **Epistemologia social do Turismo**. Tese de doutorado Universidade de São Paulo no Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo. São Paulo, 2004. 334 páginas.

MORAES, Antonio Carlos Robert. **Geografia**: pequena história crítica. São Paulo: Hucitec, 1999.

PAGE, S., BRUNT, P., BUSBY, G., and CONNELL, J. **Tourism**: a modern synthesis. London: Thomson Learning, 2001.

PEARCE, D. e BUTLER, R. (Org's.). **Desenvolvimento em Turismo, temas contemporâneos**. São Paulo: contexto, 2002.

PIMENTEL, M.R.; CASTROGIOVANNI, A.C. Geografia e turismo: em busca de uma interação complexa. **Revista Rosa dos Ventos**: Turismo e Hospitalidade, volume 7, número 3, 2015. p. 440-458.

PUCHE, A. Geografía del turismo, ocio y recreación. In: Serrano, J. (Org.) **Geografía Humana**: Fundamentos, Métodos y Conceptos. Alicante -ES: Editorial Club Universitario, 2002.

RODRIGUES, A. (Org.) **Turismo e Geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1996.

RODRIGUES, Adyr B. Turismo local: oportunidades para inserção. In: RODRIGUES, Adyr B. (org.) **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 2001.

RUPPERT, K. et MAIER, J. Geographie und Fremdenverkejr, Skizze eines fremdenverkehrgeographischen Konzepts. In: **Wissenschaftliche Aspekte des Fremdenverkehrs**. Hannover: Akademie fuer Raumforschung und Landesplanung, págs. 89-101, 1969.

SANTOS, B. **Pela mão de Alice, o social e o político na pós-modernidade**. São Paulo: Cortez, 2010.

SANTOS, M. **Economia espacial**: críticas e alternativas. São Paulo: Hucitec, 1979

_____. **A natureza do espaço**: t écnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1996.

SHAW, G.; WILLIAMS, A. **Critical issues in tourism**: A geographical perspective. Oxford: Blackwell, 1994.

SIMÕES, J. **Geografia do lazer e do turismo**. Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, Lisboa, 2009.

TELLES, R. **Fundamentos geográficos do turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

VERA, J. F. et. al. **Análisis territorial del turismo**. Barcelona: Ariel, 1997.