



Abordagens geográficas sobre o turismo Geographic approaches about tourism

José Alexandre Berto de Almada ¹

¹ Professor Mestre da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, UERN, josealmada@uern.br.

Artigo recebido em 08/07/2020 e aceito em 03/08/2020

RESUMO

– O turismo é setor que tem se destacado anualmente, em 2016 movimentou 1.235 milhões de turistas em todo mundo gerando US\$ 1,4 trilhões em exportações turísticas (UNWTO, 2017). O turismo contemporâneo surgiu do grand tour evoluindo a partir das transformações técnica-científicas vivenciadas pelo período capitalista, possibilitando que o turismo fosse realizado também pela classe média trabalhadora, dando origem ao turismo de massa e aos grandes fluxos turísticos pelo mundo, desta forma o turismo não é apenas um fenômeno econômico, mas multidisciplinar, envolvendo várias áreas do conhecimento, inclusive a geográfica. O presente artigo tem como objetivo discutir, pelo viés geográfico, o turismo de sua invenção no mundo contemporâneo. A análise do turismo pela geografia é realizada a partir de uma diversidade de olhares e percepções do espaço geográfico transformado pelo turismo ao redor do mundo, dessa forma, a Geografia do Turismo não deve ser considerada como uma nova geografia, autônoma e linear, mas como uma área temática dentro da ciência geográfica, que busca apreender esse fenômeno de acordo com uma ou outra linha epistêmica da geografia, como a perspectiva neopositivista, marxista, humanista ou da complexidade. Entendemos também que ainda há muito a ser discutido sobre o turismo na ciência geográfica e que esse trabalho possa contribuir no decorrer desse diálogo.

Palavras-chave: Geografia do Turismo, Turismo, abordagens geográficas do turismo.

ABSTRACT

The tourism is a sector that has stood out annually, in 2016 it handled 1.235 million tourists worldwide generating \$ 1.4 trillion in tourist exports (UNWTO, 2017). Contemporary tourism emerged from the grand tour evolving from the technical-scientific transformations experienced by the capitalist period, enabling tourism to be carried out by the working middle class, giving rise to mass tourism and the great tourist flows around the world, thus tourism is not only an economic phenomenon, but a multidisciplinary one, involving several areas of knowledge, including geography. The present paper aims to discuss, through geographic way, the tourism of its invention in the contemporary world. The analysis of tourism by geography is based on a diversity of views and perceptions of the geographic space transformed by tourism around the world, so Geography of Tourism should not be considered as a new geography, autonomous and linear, but as a thematic area within geographic science, which seeks to apprehend the phenomenon of tourism according to one or another epistemic line of geography, such as the neopositivist, Marxist, humanist or complexity perspective. We also understand that there is still much to be discussed about tourism in geographic science and that this work can contribute to this dialogue.

Keywords: Tourism Geography, tourism, geographic approaches of tourism.

1. Introdução

A palavra turismo é uma adaptação do inglês *tourism* através do francês *tourisme*, relacionado tanto com a ação ou efeito de viajar, principalmente com a finalidade de entretenimento, quanto ao conjunto de atividades econômicas associadas a essa atividade. A sua origem está associada aos jovens nobres ingleses que realizavam no século XVIII o Grand Tour para completar a sua educação, porém, atualmente o turismo está presente no cotidiano de muitas localidades ao redor do mundo, considerado contemporaneamente a “[...] chave para desenvolvimento, prosperidade e bem-estar” conforme os Destaques Turísticos¹ da Organização Mundial do Turismo (OMT) em sua edição de 2017, no qual enfatiza a importância desse setor para a economia mundial, a partir dos dados econômicos de 2016 em comparação com os anos anteriores.

Nos Destaques Turísticos de 2017 a OMTS expõem os grandes números do turismo mundial, destacando “a chegada de turistas internacionais (visitantes noturnos) em 2016 cresceu 3,9%, chegando ao total de 1.235 milhões em todo mundo, com um acréscimo de 46 milhões em relação ao ano passado” (UNWTO, p. 3, 2017) e apesar da crise econômica mundial iniciada entre os anos de 2008 e 2009, o número anual de turistas internacionais apresenta um histórico de crescimento consecutivo nos últimos sete anos, a maior sequência desde 1960 (UNWTO, 2017).

No que diz respeito às receitas, esses visitantes internacionais gastaram em “[...] acomodação, alimentação e bebida, entretenimento, compras e outros bens e serviços em destinos turísticos US\$ 1,220 bilhões (1,102 bilhões de euros em 2016)” (UNWTO, p.5, 2017). A esse número, acrescenta a OMT

“[...] US\$ 216 bilhões em exportações através de serviços internacionais de

transporte de passageiros prestados a não residentes em 2016. Adicionado aos US\$ 1,220 bilhões em receitas de turismo em destinos, o valor das exportações turísticas totalizou US\$ 1,4 trilhões, ou US\$ 4 bilhões em média por dia” (UNWTO, p.5-6, 2017).

Os números do turismo apresentado pela OMT, referentes ao ano de 2016 evidenciam a importância do turismo para a economia mundial. Porém, enquanto fenômeno, o turismo não é apenas econômico, pois possui uma natureza multidisciplinar, do científico formal, como a história, a sociologia, a antropologia e a filosofia; da administração pública e privada; e do conhecimento informal, como a troca de conhecimentos entre visitantes e residentes. Nessa perspectiva, de que forma o fenômeno do turismo é abordado pela ciência geográfica?

Com o objetivo de contribuir para o debate acadêmico sobre o fenômeno do turismo, a partir de uma perspectiva geográfica, o presente artigo versa sobre esse fenômeno, analisando a sua invenção no mundo contemporâneo; o surgimento desta temática na geografia e as diferentes abordagens geográficas para apreender o turismo, a partir de um levantamento bibliográfico entre os autores que discutem essa temática.

2. A invenção do turismo no mundo contemporâneo

O turismo é um fenômeno complexo que está diretamente relacionado ao ato de viajar, que possibilita uma conectividade entre pessoas e lugares diferentes ao redor do mundo, pois ao viajar, obrigatoriamente, tem-se que utilizar um meio de transporte específico, que exigem um conjunto de materialidades para executar essa ação no mundo. Ao deslocar-se para visitar lugares e sociedades diferentes daquelas que estão presentes no cotidiano, faz-se turismo por

¹ Do original em inglês *Tourism Highlights, edition 2017*.

excelência, os lugares são modificados ou produzidos para dar suporte existencial a essa prática econômica que é simultaneamente cultural, social, espacial, por essência, multidisciplinar, pois ao estar em um determinado lugar necessita-se de recursos tanto para o lazer quanto para existir, como alimentação e hospedagem, e como suprir isso ao viajar depende tanto do lugar em que está e do poder aquisitivo que dispõe.

Nesse contexto, do que é turismo, Netto (2011) destaca que os suíços Hunziker & Krapf são considerados por muitos os fundadores do estudo do turismo moderno, a eles são atribuído a definição de turismo que “[...]foi considerada a oficial por vários organismos internacionais, inclusive pela Organização Mundial do Turismo e pela AIEST²” (NETTO, 2011, p. 72).

O turismo para Hunziker & Krapf “[...] é o conjunto das relações e fenômenos decorrentes das viagens e estada de forasteiros, desde que não vinculados a alguma atividade produtiva nem com residência permanente no destino” (HUNZINKER; KRAPF, 1942a, p.21 *apud* NETTO, 2011, p. 72).

A definição oficial desenvolvida por esses autores sofreu críticas, pois ela nega o *animus lucrandi* das viagens, desconsiderando da atividade turística as viagens relacionadas a trabalho. Após um longo período de discussões sobre essa temática as motivações econômicas passaram a ser incorporadas à definição de turismo, segundo Netto, (2011, p.75)

a partir dos anos de 1980, a OTM se afastou gradualmente da AIEST, motivada especialmente por divergências teóricas, e também deixou de adotar a definição de Hunziker & Krapf como definição oficial de turismo. Hoje aceita a posição de que o turismo

pode ser motivado por questões econômicas, e não apenas por uma necessidade de lazer.

Assunção (2012, p. XIII-XIV) ao comentar sobre a nova definição oficial do turismo adotada pela OMT, relembra que foi

[...] em 4 de março de 1993, a qual se estabeleceu uma definição a fim de unificar os critérios estatísticos para quantificar as correntes turísticas mundiais. Dessa forma, o termo *turismo* é compreendido como: “atividade realizadas pelas pessoas durante as suas viagens e estadas em lugares distintos da sua residência habitual, por um período consecutivo, inferior a um ano, com fins de lazer, negócios ou outros motivos”.

Ressalta-se que para compreender o turismo pela análise geográfica, o mais importante não é o debate acerca da definição oficial do turismo, mas sim o elemento espacial que envolve a prática do turismo, o deslocamento de indivíduos do seu lugar de origem em direção a outro lugar com o intuito de desenvolver alguma atividade recreativa, independente se esse é o objetivo primário ou secundário da viagem, ou seja, “como o turista é sempre alguém que não pertence ao lugar visitado, toda prática de turismo envolve lugares emissores de turistas, espaços de deslocamento e lugares receptores” (CRUZ, p.6, 2012).

Destarte, a partir da fala de Cruz (2012) é possível estabelecer uma dinâmica espacial do turismo a partir da mobilidade entre o lugar emissor, local de moradia, e o lugar receptor, permeado pelos espaços de deslocamento, que são os meios e vias de transportes utilizados para concretizar esse deslocamento.

Em *lato sensu*, a dinâmica espacial do turismo pode ser aplicada a qualquer deslocamento humano na história, como “[...] os grandes deslocamentos de pessoas no período da *Pax Romana* (dois primeiros séculos da era cristã) ou as viagens na Baixa e Alta Idade Média não são considerados turísticos” (NETTO, 2011, p.57), uma vez

² AIEST – International Association of Scientific Experts in Tourism, fundada em 1951 dedicada a melhorar a indústria mundial de viagens e turismo através da análise de tendências e desenvolvimentos mais recentes em turismo e soluções visuais para problemas à medida que surgem, de acordo com seu *website* oficial < <https://www.aiest.org/home/>>.

que sempre existiram viagens, “[...] mas turismo não. Este é uma invenção do capitalismo” (CORIOLANDO & SILVA, 2005, p.45).

O tipo de deslocamento humano que está sendo denominada de turismo é uma invenção do capitalismo, uma vez que a sua existência foi possibilitada pelo conjunto de transformações que esse sistema econômico materializou na sociedade, desde os avanços técnicos, nos setores de comunicação³ e transportes⁴, aos setores sociais⁵, que passaram a ressignificar a viagem, uma vez que anterior ao século XIX os deslocamentos, principalmente por via marítima, tinham uma conotação negativa. Sobre o imaginário do período anterior ao alvorecer da era industrial Corbin (1989) comenta:

O oceano, recipiente líquido dos monstros, é um mudo condenado em cuja obscuridade se entredevoram as criaturas malditas.

[...] O oceano caótico, avesso desordenado do mundo, morada dos monstros, agitado por poderes demoníacos, apresenta-se como uma das figuras insistentes da desrazão; a violência imprevisível de suas tempestades hibernais atesta sua demência. (CORBIN, 1989, p.17).

O abandono da visão malévola dos oceanos, e da natureza como um todo, deixa gradualmente de existir a partir da teologia natural, no qual “o homem deve tornar-se o leitor piedoso do livro de Deus. É para que ele glorifique o poder e a bondade divinos que o Criador lhe concedeu cinco sentidos. Os físicos-teológicos enaltecem a observação empírica; a própria existência” (CORBIN, 1989, p. 35).

A partir do paradigma da teologia natural para apreender os fenômenos naturais do planeta, o sentido de viajar de

³ Inovações técnicas do setor de comunicação do século XIX.

⁴ Inovações técnicas do setor de transportes do século XIX.

⁵ Inovações sociais, era industrial, ascensão da classe burguesa etc.

transforma-se de algo lamurioso para algo prazeroso, de acordo com Corbin (1989, p. 35) isso

[...] permite captar uma das motivações profundas da viagem turística: doravante as elites sociais buscam aí a ocasião de experimentar essa relação nova com a natureza; encontram aí o prazer até então desconhecido de usufruir de um ambiente convertido em espetáculo.

Na Inglaterra a transformação na forma de ver o mundo contribuiu para estender as práticas de lazer da elite dos *spas* do interior para os *resorts* de banho de mar (WILLIANS, 2009). Além da mudança na forma de interpretar a natureza, Willians também associa a expansão dos *resorts* de banho de mar aos avanços técnicos do período industrial, contribuindo na argumentação do turismo enquanto produto da sociedade capitalista, segundo ele,

Na Bretanha, a invenção do barco a vapor nos primeiros anos do século XIX, inicialmente provocou o surgimento de novos *resorts* no estuário do Tâmesa (como o Margate) e também encorajou o desenvolvimento de pequenos *resorts* nos estuários do Forth e, principalmente, do Clyde na Escócia (WILLIANS, 2009, p. 33).

As transformações sócio-espaciais vivenciadas no período do capitalismo industrial possibilitadas pelas inovações técnicas, a exemplo do barco a vapor e das locomotivas, e intelectuais, como a valorização da natureza a partir da teologia natural, o turismo passa a se consolidar como atividade humana que atribui a recreação e o lazer ao ato de viajar e conhecer novos lugares, dessa forma, “[...] novos tipos de lugares são inventados às margens do mundo industrial, ao mesmo tempo em que se integram utilizando esses novos métodos” (ÉQUIPE MIT, 2005, p.59).

Sobre o turismo praticado no século XIX, destacam Coriolando & Silva (p. 63, 2005), servia “[...] para educar os viajantes

das classes privilegiadas, que realizavam as viagens conhecidas como *Grand Tour*, por motivos culturais e educacionais e posteriormente agregando as práticas de lazer voltadas ao termalismo, balneários, cassinos e montanhismo”. Porém, com o contínuo avanço dos sistemas técnicos, sobretudo do setor de transportes, a prática do turismo passa a se popularizar, segundo Boyer (2003, p. 66-67.)

Chegar às altas montanhas era, no século 19, uma cansativa proeza individualista. No século 20, isto se tornou acessível às massas graças aos engenhos mecânicos de subida da montanha. Acompanhando a difusão do turismo de montanha, elevaram-se as estradas de ferro de cremalheira, das quais os suíços se tornaram especialistas no último quarto do século 19.

Além das inovações técnicas, a expansão do número de turistas, sobretudo na Europa, está associada com a classe trabalhadora industrial, não apenas sobre o seu sentido econômico, mais principalmente “[...] sobre o uso do tempo livre” (KNAFOU *et al*, 1997, p. 195). Para Coriolando & Silva (2005) o surgimento do turismo para as classes trabalhadoras, está relacionado com a crescente necessidade de recuperação da força de trabalho, sendo o lazer turístico um meio para recomposição do desgaste laboral. Porém, na lógica industrial que se concretiza no século XX por meio do trabalho assalariado o que se edifica

não é uma sociedade do lazer, propriamente, fruto do trabalho, como representação e prática definidora da sociedade. Mas uma sociedade do trabalho, que reproduz precariamente da inserção econômica do trabalhador, o pauperismo, a questão sempre renovada, da apropriação do trabalho pelo capital. Mas, também, é uma sociedade que se coloca, simultaneamente, o momento do lazer, sugerindo estratégias econômicas e políticas, reproduzindo contradições, das quais derivam possibilidade (DAMIANI, 2002, p. 50-51).

Na crítica apresentada por Damiani (2002) a conquista do lazer pelo turismo não detém a potência de um momento libertador, pois, mesmo as viagens nacionais e internacionais compõem o principal sonho de consumo dos brasileiros, apenas 30,6% conseguem realizar esse sonho (SPC BRASIL, 2015), isso deve principalmente pelo valor que se mantém acima da realidade dos brasileiros, onde “a pobreza material e o desemprego, mesmo para as camadas sociais médias, assombram” (DAMIANI, 2002, p. 50).

Mesmo o turismo tendo se massificado com as classes trabalhadoras francesas (BOYER, 2005) e estar presente na lista de desejo dos brasileiros (SPC, 2015) a sua consolidação como fenômeno moderno iniciou-se a partir do século XIX e tem como base o conhecimento de novos lugares como formas de recreação e lazer, que a priori estavam relacionados com a jovem aristocracia inglesa que realizavam o *Grand Tour*, viajando “[...] através da Europa, para admirar *in situ* as maravilhas da Renascença e da Antiguidade” (ÉQUIPE MIT, 2008, p.111 e atualmente o turismo também é praticado pelas classes trabalhadoras é um fenômeno que participa na organização do espaço geográfico.

3. O turismo na ciência geográfica

Para Nicolás (1999, p.40) o fenômeno do turismo destaca-se para análise geográfica de sua dinâmica espacial do turismo, pois, essa é uma atividade que “[...] implica um deslocamento no espaço, [...] uma das práticas sociais mais genuinamente territorial, comparativamente com as outras. E, portanto, um terreno fértil para a análise sociogeográfico”.

Além da dinâmica espacial entre os locais turísticos, Barbas & Jaquot (2002, p. 1) lembram que “a importância dos geógrafos não é somente o fato que o turismo é uma atividade com uma forte dimensão espacial, mais também os fundamentos históricos da geografia na França”. Os autores citam em seu artigo a contribuição de Eliséé Reclus e de muitos outros geógrafos na redação dos primeiros guias de viagens, além desta,

também destacam que “historicamente, os geógrafos foram associados às administrações do turismo, primeiramente em nível nacional, depois regional” (BARBAS; JAQUOT, 2012, p.4), e no âmbito das pesquisas acadêmicas geográficas

O turismo moderno criou uma ampla agenda na qual os geógrafos podem contribuir, especialmente por causa da natureza dos efeitos turísticos serem frequentemente contingente das circunstâncias geográficas em que a atividade é desenvolvida e praticada (WILLIAMS 2009, p.4).

A partir da literatura sobre geografia do turismo publicada em língua inglesa, Butler (2004) publica o artigo *Geographical research on tourism, recreation and leisure: origins, eras and directions* com objetivo de apresentar as principais obras sobre lazer, recreação e turismo (LRT) a partir da perspectiva geográfica, periodizando-as em três momentos: A Era Descritiva, indo até 1950; O Desenvolvimento dos Temas, de 1950 à 1980 e A Era da Diversidade, indo entre a última década do século XX ao começo do século XXI.

Willians (2009, p.19) ao comentar sobre a primeira era dos estudos sobre turismo de Butler (2004), grifa que nesse período “[...] o estudo do turismo era incomum dentro da geografia humana e uma atividade de interesse ou relevância marginal”. Sobre essa questão Butler (2004) destaca que a importância secundária dos estudos sobre o turismo não era uma exclusividade da geografia, mas sim de toda academia, pois a tendência era tratar o turismo enquanto uma atividade econômica e de importância marginal, nesse período

o LRT podia ser visto como uma das várias atividades econômicas em regiões que interessavam os pesquisadores, mas nenhum estudioso nesse período poderia realmente ser considerado um geógrafo de LRT, pelo menos com base em suas publicações na literatura acadêmica. (BUTLER, 2004 ,p.149).

No primeiro período o turismo era considerado uma temática menor dentro da ciência geográfica, tendo alguns trabalhos sobre esse tema e nenhum geógrafo dedicado unicamente ao estudo do turismo (BUTLER, 2004). Podemos considerar como motivos para essa falta de interesse sobre o estudo turismo na geografia a própria evolução do fenômeno do turismo, uma vez que só depois da Segunda Guerra Mundial o turismo completa a sua transição elitista para atingir as massas da classe trabalhadora.

O período entre 1950 e 1980 corresponde a era do Desenvolvimento dos Temas, que para Butler (2004, p.150), “esta era viu a emergência da ‘primeira onda’ geográfica de especialistas em LRT”, tendo o artigo *Perspective on Outdoor Recreation*, 1964, de Wolfe, como o início do período e o artigo *Reflections on the development of geographic research in recreation: Hey Buddy, can you s’paradigm?*, 1982, de Smith como o final do período.

As publicações desse período utilizaram em suas abordagens o paradigma positivista, essa característica não é restrita a geografia do turismo, mas do contexto da ciência geográfica deste período que vivenciava a sua fase em que predominavam estudos quantitativistas, que buscavam apreender os fenômenos espaciais por meio de modelos matemáticos, sendo esta, a principal característica desse período que ficou conhecido com *new geography*. Segundo Willians (2009, p. 19) as publicações da era do Desenvolvimento do Turismo tratavam de

problemas sobre o efeito da escala, distribuição espacial do fenômeno turístico e do movimento turístico, relação homem-meio e impacto turístico, e a modelagem espacial do desenvolvimento do turismo foram enfoques típicos para o trabalho geográfico que estabeleceu uma abordagem básica para geografia do turismo que permaneceu influente na década de 1990.

A Era da Diversidade, entre o final do século XX e o começo do século XXI, é marcada pela expansão e especialização nas pesquisas sobre o fenômeno do turismo, no qual na

medida que o turismo cresce em escala a sua composição se torna mais diversificada (por exemplo, através do surgimento de nichos de mercado em áreas como a aventura e o ecoturismo ou a crescente popularidade do turismo histórico e cultural) de modo que a abordagem do estudo do turismo, em si mesma, tende a se tornar mais diversificada (WILLIANS, 2009, p. 20).

A diversificação dos estudos sobre o turismo está diretamente relacionada com a própria diversificação e expansão do fenômeno do mundo, ao passo que até o final da Segunda Guerra Mundial menos de 25 milhões de pessoas em todo mundo viajaram para fora de seus países (WILLIANS, 2009) e em 2016 esse número chegou a 1.235 milhões (UNWTO, 2017), resultando no

primeiro período em que um número significativo de acadêmicos obteve graus especificamente no turismo como uma disciplina ou teve o turismo como foco principal em pesquisas para obtenção de grau em outras disciplinas. A primeira geração de especialistas da LRT em geografia nesta era conduziu e orientou pesquisas e teses de pós-graduação em LRT para quase uma carreira completa, em alguns casos. (BUTLER, 2004, p.40)

No passado os estudos sobre turismo eram poucos expressivos ou ocupavam posições secundárias na área de interesses acadêmicos, porém, a partir da terceira era dos estudos sobre o turismo encontram-se consolidado com área de interesse, desde a construção de uma epistemologia própria, a partir da criação de cursos de graduação e de pós-graduação em turismo ou como área temática das outras disciplinas, por exemplo, a geografia do turismo.

4. A geografia aplicada ao Turismo

Desde o final do século XIX os geógrafos estão pesquisando sobre o fenômeno turístico a partir de diversas abordagens e correntes metodológicas (CASTRO, 2006) e a partir da década 1960 vivencia-se um acentuado número de estudos geográficos na área, que estão diretamente relacionados “[...] ao acelerado desenvolvimento do fenômeno, ligado à prosperidade econômica que marcou o período de pós-guerra nos países centrais do capitalismo” (RODRIGUES, 1993, p.72).

Até meados do século XX, o primeiro período dos trabalhos geográficos sobre turismo de Butler (2004), a abordagem do fenômeno do turismo pela geografia

é pródiga de estudos alemães, franceses e ingleses em que ênfase ao fenômeno turístico é dada ao deslocamento de pessoas de sua residência habitual e o tipo de interação que se dá entre elas, reconhecendo-se os impactos socioculturais entre turistas e anfitriões nas zonas receptoras. (CASTRO, 2006, p.67).

Com o desenvolvimento dos temas, no segundo período, contemporâneo a prosperidade econômica dos países capitalistas do norte, e conseqüentemente da atividade turística, os estudos geográficos sobre o fenômeno “na sua esmagadora maioria os trabalhos podem ser rotulados como pertencentes à Geografia Tradicional, avançando, no máximo, até a fase neo-positivista” (CASTRO, 2006, p.73). Nessa corrente metodológica, Castro (2006) destaca os estudos de Miossec e Pearce.

Jean-Marie Miossec no artigo *Un modele de l'espace touristique* publicado na revista *Espace géographique* em 1977 destaca que o custo, o tempo de deslocamento e de estadia explicam a localização dos espaços turísticos, distinguindo, dessa forma, os cinturões turísticos a partir das porcentagens e volumes turísticos dos centros emissores, do meio de transporte predominante e da duração da estadia. Partindo da afirmação que esses

cinturões passam por transformações a partir das variáveis do clima, da história, da política e pelo papel desempenhado pelos outros centros emissores de turistas, Miossec (1977b) estabelece um modelo de evolução da estação turística, que permite desenhar uma síntese preliminar sobre o dinamismo do espaço turístico.

A estação turística, para Miossec (1977b, p. 45)

pode ser definida como um complexo resultante da ação de três variáveis: a organização integrada (promotores de viagem e de férias, empresas de transporte turístico e tipo de demanda turística); o território receptor, prolongamento recreativo e cultural da estação, em que a economia e a sociedade turísticas são realizadas de acordo com suas ofertas e necessidades; uma característica específica, mais ou menos artificializada, mas que por meio da ação humana, pela animação e organização cria um ambiente específico.

Embora a análise da evolução das estações turísticas é realizada por modelos, Miossec (1977b, p.46) destaca que “as estações passam por várias fases, cada uma caracterizada por um crescimento quantitativo em ritmos variados, em seguida, por uma ruptura qualitativa”, no qual a estação passa por cinco fases evolutivas.

A primeira, a fase pré-turística, ou fase zero, o território serve de trânsito, não é visitado, ainda não é uma estação, pois, a demanda turística não conhece e não se interessa por esse território. A segunda etapa, a fase um, o turismo se manifesta timidamente, caracterizado pelo surgimento de uma estação pioneira, como pouca função turística no espaço. A estação pioneira serve para mostrar que a atividade turística é viável, iniciando em seguida a fase dois, onde as estações se multiplicam, com o surgimento de infraestrutura, mão de obra e aumento do volume de turistas.

A terceira fase é caracterizada como uma fase de organização, onde cada estação

organiza o seu entorno de acordo com os serviços oferecidos, iniciando um processo de concorrência entre os serviços ofertados aos turistas. Na quarta fase tende a saturação, caracterizada por um sistema piramidal de estações hierarquizadas, onde a atividade turística está em todo o território, onde o que

[...] tinha sido percebido como “original”, “natural”, torna-se banal, dissolvido; o que atrai a partir de agora é o turismo em si, a "feira" do turismo, os mitos criados em torno deste território turístico, e não mais o território com as marcas dos habitantes que tradicionalmente o construíram. (MIOSSEC, 1977b, p, 46).

Nesta fase evolutiva, segundo Miossec (1977b) passa-se a vivenciar um período de crise em função da superpopulação e saturação da estação turística, resultando na evasão de certos tipos de turistas que procuram destinos turísticos ainda não saturados. O autor ainda cogita uma quinta fase evolutiva, marcado pela criação de novos meios de manter o dinamismo do território por meio “[...] excursões, esportes, culto ao sol, onde se tenta ampliar o conhecimento e preservação dos diferentes gêneros de vida [...]” (*ibidem*, 1977b, p.46.), como a redescoberta dos povos aborígenes ou autóctones, do artesanato tradicional, buscando uma autenticidade do lugar visitado par além da saturação encontrada na fase quatro.

Na perspectiva da *new geography*, a fase neopositivista da geografia, também o artigo *The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources*, de Richard W. Butler publicado em 1980 na revista *Canadian Geographer*, que igualmente ao Miossec também propõem um ciclo evolutivo para entender as dinâmicas sócio-espaciais dos destinos turísticos, que para Butler (1980, p.6) esses “[...] carregam consigo as sementes de sua própria destruição, na medida em que se tornam mais comercializados perdem suas qualidades que originalmente atraíam turistas”.

O ciclo de evolução das áreas turísticas proposto por Butler (1980) é composto por sete estágios: exploração; envolvimento; desenvolvimento; consolidação; estagnação; declínio e rejuvenescimento. O primeiro estágio, exploração, é caracterizado por um pequeno número de turistas. No estágio do envolvimento é caracterizado “[...] pelo início da instalação de infraestruturas principalmente ou até mesmo exclusivamente para os visitantes” (BUTLER, 1980, p. 7). Por sua vez, no estágio do desenvolvimento, “reflete uma área com o mercado turístico bem definido, construído, em parte, por publicidade massiva nas áreas geradoras de turistas. À medida que este estágio avança, o envolvimento local e o controle do desenvolvimento irão diminuir rapidamente” (*ibidem*, 1980, p. 8).

No estágio da consolidação começa o declínio da taxa do aumento do número de visitantes, porém, o número total continua aumentando, resultando em uma realidade que o número de total de visitantes excede o número de residentes permanentes, além disso, o grande número de visitantes e de instalações turísticas gera descontentamento entre os moradores residentes, principalmente entre os que não estão envolvidos na indústria do turismo (BUTLERS, 1980).

Quando o número de visitantes atinge o pico o destino turístico irá entrar no estágio da estagnação, onde os

níveis de capacidade para muitas variáveis serão alcançados ou excedidos, com problemas ambiental, social e econômico. O destino terá uma área bem estabelecida, mas não estará mais na moda. Haverá uma forte dependência de visitas repetidas e de convenções e formas similares de tráfico (BUTLER, p. 8, 1980).

Com o intuito de manter os níveis de visitação, as atrações turísticas originalmente naturais e culturais, na teoria de evolução de Butler (1980) serão, provavelmente, suplantadas por instalações artificiais, onde a imagem do centro turístico estará divorciada

do seu meio geográfico. Mesmo com implantação de atrações artificiais o destino turístico não conseguir manter os níveis de visitação o destino turístico entrará no penúltimo estágio de Butler (1980), o declínio, onde a área não consegue mais competir com as novas atrações turísticas e enfrentará tanto declínio de seu mercado, quanto numérica e espacialmente.

A partir dos esforços combinados entre o governo e a iniciativa privada é possível que o destino turístico entre na última fase, do rejuvenescimento, mas, para Butler (1980) isso só será possível se houver uma transformação completa nas atrações no qual o turismo está estruturado. Essas atrações podem ser aquelas feitas pela atividade humana, como os cassinos em Atlantic City, ou a partir de recursos naturais inexplorados como o caso das “Cidades *spas* da Europa e do feriado de verão na cidade de Aviemore na Escócia que experimentou o rejuvenescimento a reorientação pelo mercado dos esportes de invernos” (BUTLER, 1980, p. 9).

Sobre esses modelos para análise das áreas de destino turístico, Krakover (2002, p.25-26), destaca que “[...] o modelo da Miossec assume implicitamente uma relação entre o crescente número de atrações, melhorias no transporte e o aumento da demanda” enquanto o modelo de Butler “[...] prevê aumento da demanda em paralelo com o aumento dos investimentos na atividade da área do centro turístico” (*idem*, 2002, p.26). Apesar das diferenças entre os dois modelos pode-se estabelecer paralelos entre os autores, no qual a transformação de um dado espaço geográfico pelo turismo se dá por meio de uma evolução linear, indo de um momento inicial com uma atividade turística rarefeita, passando por aumento gradativo até chegar ao ápice da atividade do desenvolvimento da atividade passando, na sequência, pelo seu declínio podendo ou não ser seguindo por uma reestruturação, pra Miossec (1977b) ou rejuvenescimento, para Butler (1980), iniciando dessa forma o ciclo evolutivo das transformações sócio-espaciais pelo turismo.

Sobre a metodologia dos modelos turísticos para análise espacial, Barros (2009, p.94) evidencia duas utilidades:

A primeira é que o modelo é efetivo como unificador conceptual da massa dos fatos empíricos, constituindo-se desta maneira numa ferramenta teórica de partida e orientação, capaz de criar um diálogo empírico continuado no processo da pesquisa.

[...] A outra utilidade do modelo deriva da sua capacidade prescritiva ou de advertência.

Apesar das utilidades supracitadas por Barros (2009), concorda com Rodrigues (1993, p.74) quanto a sua ressalva com esta metodologia, uma vez que

o trabalho deve ser analisado com precaução, uma vez que dificilmente a realidade é captada e reproduzida através de modelos. Nem todos os espaços turísticos passam por fases que vão, inicialmente, das primeiras atividades turísticas implantadas no território até a saturação do espaço pelo turismo, como propõem Miossec.

Além da perspectiva neopositivista, também foram produzidos estudos turísticos na perspectiva da renovação do pensamento geográfico entre as décadas de 1960 e 1970 foram produzidos no movimento da renovação do pensamento geográfico, na perspectiva da geografia crítica, Rodrigues (1993, p.73) destaca “[...] as pesquisas de Remi Knafou, aplicadas aos Alpes Franceses (1979 e 1988) e Juan-Eugení Sanches (1985), que apresenta uma proposta metodológica para o estudo do turismo no litoral fundamentada em princípios marxistas”. Dentro deste paradigma crítico da geografia, também destacamos Cadena (2015) com seu estudo sobre o turismo desenvolvido nas Ilhas Baleares a partir da obra de Marx e David Harvey.

A perspectiva crítica da geografia busca por meio da contradição dialética analisar fenômeno geográfico, na temática do turismo são resultados da contradição entre os

interesses do grande capital, representado pelos empresários do setor turístico, muitas vezes, pelo Estado que através das políticas públicas direcionam suas ações para o desenvolvimento seletivo do setor, tendendo para o lado das grandes empresas, e a população residente, que na perspectiva dos países subdesenvolvidos quando não são expulsas de seu local para a instalação da infraestrutura turística participam de modo marginal da economia, ocupando empregos informais, subempregos e trabalho infantil. Iremos nos deter com mais profundidade nessa perspectiva no decorrer da tese.

Dentro do caleidoscópio de procedimentos metodológicos para analisar o fenômeno do turismo pela geografia, conforme destaca Rodrigues (1993), há trabalhos baseados na percepção espacial explorando o imaginário, entre esses destaque para o artigo *L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme* de Miossec publicado no mesmo ano do seu artigo que versa sobre as fases de evolução de um local turístico que comentamos anteriormente. Nesse outro artigo, Miossec (1977a, p.54) traz que o “espaço turístico é antes de tudo uma imagem”, no qual, cada imagem está relacionada a um tipo de comportamento dos indivíduos e dos grupos, dividindo-as em três grandes tipos: global, atual e tradicional.

Para Miossec (1977^a, p.55-56)

A imagem “global” corresponde às aspirações profundas dos arquétipos que ultrapassam o comportamento turístico regional ou nacional e correspondem aos imperativos biológicos territoriais do homem.

A imagem “atual” corresponde ao espaço criado pela moda, as referências contemporâneas de beleza para a sociedade atual.

A imagem “tradicional”, profunda, se estabeleceu lentamente durante os séculos e a cultura dos turistas permite que desfrutem de toda a riqueza.

A partir da constatação da multiplicidade de abordar o fenômeno

turístico pela Geografia emerge os trabalhos que a partir do Paradigma da Complexidade, buscam “[...] compreender essa diversidade de contribuições valorizando o aporte de cada uma escapando de uma lógica disjuntiva” (PIMENTEL & CASTROGIOVANI, 2015, p. 442).

Entre os autores que versam sobre essa perspectiva destacamos o artigo *Geografia e Turismo: Em Busca de uma Interação Complexa* de Pimentel e Castrogiovani que versam sobre as perspectivas da percepção do fenômeno do turismo pela geografia a partir do Paradigma da Complexidade, ainda na perspectiva da complexidade, Lazzarotti (1994) com o seu trabalho *La géographie dans la controverse touristique* apresenta uma abordagem sistêmica aplicada à Geografia. Jean-Michel Dewailly, por sua vez, no livro *Tourisme et Géographie, entre périgrinité et chãos?* (2006) e no artigo *Complexité touristique et approche transdisciplinaire du tourisme* (2008) acrescenta à discussão sobre o fenômeno do turismo aportes a partir da teoria do Caos.

Pimentel & Castrogiovani (2015, p.449,) apresentam “[...] três - entre outras possíveis – ontologias do Turismo, ou seja, modos de expressar a realidade a qual esse termo diz respeito”: o turismo como código de uso e de leitura do espaço, no qual percebe-se no advento de um olhar estético para o mundo como um marco para a emergência desse fenômeno. Uma semiótica da atração turística; o turismo como oportunidade de aprendizagem geográfica, que atenta para a questão os encontros espaciais provocados pelos deslocamentos significam oportunidades de aprendizagens.

A prática turística como um disposto que permite ao sujeito se construir. E por último, o turismo como materialidades em performance, que além do vínculo feito por textos e símbolos, o turismo implica na mobilidade de corpos, acentuando a possibilidade de cada visitante em negociar as representações sobre os lugares, ao invés de serem percebidos como dominados pela instituição do ‘olhar do turista’. – Singularidade da experiência Turística (PIMENTEL & CASTROGIOVANI, 2015).

ALMADA, J. A.B.

Para Lazzarotti (1994) a abordagem sistêmica é um modo de questionamento. Ela não busca um saber que é verdadeiro ou que é falso, mas como o objeto funciona com o intuito de melhorar sua função de acordo com propósito que lhe é atribuído ou determinado, desta forma a “[...] Geografia do turismo é a mesma expressão de uma relação entre a sociedade e um espaço e a dimensão física constitui um dos parâmetros que não são negligenciados. O turismo não pode ser um sistema, ele é sem dúvida, também, um geo-sistema” (LAZZAROTTI, 1994, p.645).

Na perspectiva de Dewailly (2008) é impossível para alcançar uma visão compreensível com apenas uma disciplina, a partir desta crítica o autor destaca as teorias da complexidade e do caos, que a seu ver, possibilitam a uma melhor compreensão do fenômeno turístico em sua expressão espaço temporal, desta forma, a análise do fenômeno do turismo deve ser realizada a partir de uma abordagem transdisciplinar parece, ela permite uma compreensão do fenômeno em profundidade.

Em seu outro trabalho Dewailly (2006), ressalta a dificuldade em definir turismo e turistas de qualificar os lugares turísticos, pois, a partir de quando, de quais critérios um lugar é turístico? Sobre esse ponto, traz uma discussão a partir da escala do fenômeno do turismo, esse, em sua escala mundial apresenta uma mascarada pela tendência geral do crescimento contínuo; na escala média, a complexidade é perturbadora, mas não insuportável, porque aqui novamente os efeitos da globalização e do tempo são sentidos; e por último, na escala local a complexidade é qualificada de “caótica” em referência a teoria do caos, no qual Dewailly (2006) observa as evoluções do desenvolvimento turístico do lugar sobre um tempo longo.

A partir da contribuição do Paradigma da Complexidade na abordagem do turismo pela Geografia os autores destacam a aparente simplicidade do fenômeno mascarará uma realidade que vai além da ação de se deslocar para conhecer novos lugares com o intuito recreativo, pois, para apreender o turismo transcendendo em ação é necessário levar em

consideração o seu caráter transdisciplinar, porém, sem perder o foco geográfico do fenômeno, buscando realizar uma Geografia do Turismo.

5. Considerações finais

A complexidade do fenômeno do turismo ultrapassa a soma de suas partes, do deslocamento de pessoas do seu lugar de moradia em direção a outro lugar para exercer, principalmente, uma atividade recreativa, pois possui uma dimensão multidisciplinar, sendo estudada por inúmeras áreas do conhecimento, economia, sociologia, antropologia, administração, história, engenharia, e também, pela geografia.

Desde o final do século XIX os geógrafos têm se preocupado com o fenômeno do turismo, seja na redação dos guias de viagem *a priori* ou na análise da produção espaço geográfico a partir desta atividade *a posteriori*. O fenômeno turístico durante as primeiras décadas da ciência geográfica ocupou um papel secundário na academia, somente após a segunda mundial que esse tema começa a se destacar como campo de estudo, consolidando-se a partir da década de 1990.

O destaque gradativo que os estudos sobre o turismo ganharam dentro da geografia está diretamente relacionado com a expansão deste fenômeno enquanto atividade econômica, movimentando 1.235 milhões de turistas em todo mundo e gerando US\$ 1,4 trilhões em exportações turísticas em 2016, (UNWTO, 2017) modificando e produzindo o espaço geográfico em várias localidades do mundo para atender as necessidades existenciais do turismo.

Ao estudar a produção do espaço pelo turismo os trabalhos geográficos levaram em consideração a dinâmica espacial do turismo, a relação entre o lugar emissor, o espaço de deslocamento e o lugar receptor. Entretanto, apesar dos estudos sobre de apresentarem semelhanças não são homogêneos, comentando sobre os problemas epistemológicos da geografia Milton Santos (1986) destacou que há tantas geografias quanto geógrafos ao devido a pluralidade de

abordagens geográficas, essa característica também pode ser aplicada aos estudos sobre o turismo, sendo assim o presente trabalho apresentou algumas das principais abordagens sobre o turismo dentro da ciência geográfica.

As diferentes abordagens do fenômeno turístico pela geografia evidenciam a importância que o fenômeno possui dentro da ciência geográfica e a diversidade de olhares e percepções do espaço geográfico transformado pelo turismo ao redor do mundo, dessa forma, a Geografia do Turismo não deve ser considerada como uma nova geografia, autônoma e linear, mas como uma área temática dentro da ciência geográfica, que busca apreender o fenômeno do turismo de acordo com uma ou outra linha epistêmica da geografia, como a perspectiva neopositivista, marxista, humanista ou da complexidade.

A discussão sobre o turismo na ciência geográfica, bem como suas abordagens, é uma longa viagem que está longe de chegar ao seu destino final, destarte, espera-se que esse artigo possa contribuir para alcançar algumas trajetórias neste percurso incessante.

Referências

- ASSUNÇÃO, P. **História do turismo no Brasil entre os séculos XVI e XX**. Barueri: Manole. 2012.
- BARROS, N. **Por que as destinações turísticas no Nordeste do Brasil não declinam?** Recife: Editora Universitária UFPE. 2009.
- BOYER, M; Ribeiro, V. **História do turismo de massa**. Bauru: EDUSC. 2003.
- BUTLER, R. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. **The Canadian Geographer/Le Géographe canadien**, 24(1), 1980, pp.5-12.
- _____. Geographical research on tourism, recreation and leisure: origins, eras and directions. **Tourism Geographies**, 6(2), 2004, pp.143-162.

- CADENA, I. **La urbanización turística como 'solución espacial'. agentes, planeamiento y propiedad en la playa de Palma y Magaluf (Mallorca).** Doutor. Universitat de les illes Balears. 2015.
- CASTRO, N. **O lugar do turismo na ciência geográfica: contribuições teórico-metodológicas à ação educativa.** Doutor. Universidade de São Paulo, 2006
- CORBIN, A. **O território do vazio.** São Paulo (SP): Companhia das Letras, 1989.
- CORIOLOANO, L; Silva, S. **Turismo e geografia.** Fortaleza: Ed. UECE, 2005
- CRUZ, R. **Geografias do turismo: De lugares a pseudo-lugares.** São Paulo: Roca, 2012.
- DAMIANI, A. Turismo e lazer em espaços urbanos. In: A. RODRIGUES (Org.). **Turismo Modernidade e Globalização.** São Paulo: Hucitec, 2002, pp.46-54.
- DEWAILLY, J. Complexité touristique et approche transdisciplinaire du tourisme. **Téoros.** N.27(1), 2006 ,pp.22-26.
- _____. **Tourisme et géographie, entre pérégrinité et chaos?** Paris [etc.]: L'Harmattan, 2008
- ÉQUIPE MIT. **Tourisme 2: Moments de lieux.** Paris: Belin, 2005
- _____. **Tourisme 1: Lieux touristique.** Paris: Belin, 2008.
- Gravari-Barbas, M; Jacquot, S. Les géographes et les métiers du tourisme. **EchoGéo.** N.19, 2012.
- Knafou, R. *et al* Une approche géographique du tourisme. **Espace géographique,** 26(3), 1997, p. 193-204.
- Krakover, S. Time dimension and tourism development in Peripheral Areas. In: S. KRAKOVER; Y. GRADUS (Org.). **Tourism in Frontier Areas.** Lanham: Lexington Books, 2002, pp.21-37.
- Lazzarotti, O. La géographie dans la controverse touristique. **Annales de Géographie.** 103(580), 1994, pp.627-650.
- Miossec, J. L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme. **Annales de Géographie.** 86(473), 1977a pp.55-70.
- _____. Un modèle de l'espace touristique. **Espace géographique.** 6(1), 1977b, pp.41-48.
- MORIN, Edgar. **El método I. La naturaleza de la naturaleza.** Cátedra. Madrid. 1981.
- Nicolás, D. **Elementos para un analisis sociogeográfico del turismo.** In: A. Rodrigues, (Org). **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais.** 2nd ed. São Paulo: Hucitec, 1999, pp.39-54.
- PANOSSO NETTO, A. **Filosofia do turismo.** São Paulo: Aleph, 2011.
- Pimentel, M. and Castrogiovanni, A. Geografia e Turismo: Em Busca de uma Interação Complexa. **Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade,** 7(3), 2015. pp.440-458.
- Rodrigues, A. (1992). GEOGRAFIA E TURISMO - NOTAS INTRODUTÓRIAS. **Geography Department, University of Sao Paulo,** 1992 .pp.71-82.
- Santos, M. **Por uma geografia nova.** 3ed. São Paulo: Hucitec, 1986.
- SPC Brasil. **Viajar, ter carro próprio e fazer cirurgia plástica estão entre os principais sonhos de consumo do brasileiro.** 2015 Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/922>. Acesso em: 03 fev. 2018.
- UNWTO. **Tourism highlights 2017 edition.** Madrid: World Tourism Organization. 2017
- Williams, S. **Tourism geography.** 2nd ed. Hoboken: Taylor & Francis, 2009.