



Acta Scientiarum. Human and Social Sciences
ISSN: 1679-7361
eduem@uem.br
Universidade Estadual de Maringá
Brasil

Vilanova Grizio, Edinéia
O turismo na ótica geográfica
Acta Scientiarum. Human and Social Sciences, vol. 33, núm. 1, 2011, pp. 97-105
Universidade Estadual de Maringá
Maringá, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=307325356010>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

O turismo na ótica geográfica

Edinéia Vilanova Grizio

Universidade Estadual de Maringá, Av. Colombo, 5790, 87020-900, Maringá, Paraná, Brasil. E-mail: edineia_grizio@hotmail.com

RESUMO. O turismo tem se traduzido como uma atividade humana onde repousam as turbulências da população, contribuindo para os deslocamentos humanos como razão direta de suas necessidades e desejos. O turismo também se destaca nas grandes metrópoles, onde se encontram inúmeras atividades para o lazer como resultado da fuga do estresse causado pelo corre-corre das grandes cidades. Os turistas também vão à procura de lugares diversos por várias motivações, como: aventura e excitação, natureza e paisagem, compras, cultura, história etc. Os elementos sócio-culturais são responsáveis em grande parte, pelas principais atrações do turismo em muitas regiões do Brasil, e dentre os vários tipos de turismo, os que têm se destacado se refere àqueles ligados ao meio ambiente, como o ecoturismo e o agroturismo, que vêm se mostrando como importantes elementos de desenvolvimento local e regional. Esta pesquisa teve como objetivo discutir bases conceituais do turismo e fundamentos teórico-metodológicos. Para isso, foram realizadas revisões bibliográficas por meio de livros, revistas, periódicos e sites e também utilizações conceituais de diversos autores, onde foram analisadas informações referentes ao tema. Como resultado, obtivemos informações sobre conceitos de vários autores sobre turismo. Os resultados práticos esperados compõem-se da divulgação desse artigo e possíveis contribuições para estudos semelhantes a esse assunto.

Palavras-chave: turismo, lazer, ambiente.

ABSTRACT. The tourism in the geographic optics. The tourism represents a human activity where the population's turbulences may be alleviated, contributing for the human displacements as a direct result from their needs and desires. The tourism is also remarkable in great metropolis, where there are several activities for leisure to escape from the stress caused by the hustle and bustle of large cities. Tourists also look for diverse places for several reasons, such as: adventure and excitement, nature and landscape, purchases, culture, history etc. The socio-cultural factors are responsible, in great part, by the main attractions of the tourism in many Brazilian regions, and among the several types of tourism, the most notable ones are those ones related to the environment, as ecotourism and agritourism, important elements for local and regional development. This research aimed to discuss the conceptual basis of the tourism and the theoretical and methodological foundations. For this, we accomplished a literature review through books, periodicals, magazines and websites, and also the use of concepts by several authors, where we examined the information referring to the subject. As result, we obtained information about concepts from numerous authors about the tourism. The practical results expected consist of the spreading of this study and possible contributions to researches similar to this subject.

Keywords: tourism, leisure, environment.

Introdução

A temática referente ao turismo vem ganhando ao longo do tempo maior espaço nas pesquisas geográficas, isso se deve em grande parte pelo fato do turismo constituir em uma atividade que interfere de diversas maneiras (econômica, política, cultural, ambiental) na organização, (re)produção e desenvolvimento do espaço geográfico.

Knafou (2001) encara a palavra turismo como um termo particularmente polissêmico que traduz uma atividade humana, a qual repousa na turbulência das populações.

Para que se possa tornar real a ideia da implantação de algum tipo de turismo deve ser levado em conta as necessidades locais e os interesses para parcerias, além de se pensar nas estratégias de planejamento para obtenção do bom monitoramento das oportunidades, do crescimento e do desenvolvimento dessa atividade.

O turismo tem se traduzido como uma atividade humana onde se repousam as turbulências da população, contribuindo para os deslocamentos humanos como razão direta de suas necessidades e desejos.

O turismo tem se mostrado atualmente como um fator de desenvolvimento local e regional, consequentemente econômico e social. Esta atividade por sua vez, quando implantada tanto para a prática ecológica quanto histórica acarreta mudanças perceptíveis nas atividades, em novos trabalhos e de novos investimentos.

O propósito desse estudo é discutir bases conceituais do turismo e fundamentos teórico-metodológicos para possíveis contribuições em estudos semelhantes a esse assunto.

Material e métodos

Para realização deste trabalho foi utilizado o método de pesquisa bibliográfica utilizando-se de livros, revistas, periódicos e sites, ou seja, uma revisão literária que desse ao trabalho a fundamentação teórica com base em vários autores e seus estudos sobre o turismo e consequentemente seu desenvolvimento, assim como alguns dos fatores relacionados a este. A utilização deste procedimento metodológico permitiu atingir o objetivo proposto do trabalho.

Resultados e discussão

O turismo, fenômeno global e competitivo, atualmente tem sido considerado por muitos países do mundo como setor de importância estratégica para o desenvolvimento nacional, só perdendo em importância como gerador de riquezas, para a indústria de armamentos e para o petróleo.

Percebe-se que a atividade turística tem sido relevante na economia mundial, principalmente nos países subdesenvolvidos. Estes encontram nessa atividade uma oportunidade de negócios, sobretudo os países que dispõem de patrimônio natural e cultural com potencial a ser vendido por meio de um marketing que privilegie o exótico e a preservação ambiental, acompanhados de segurança, sofisticação e conforto.

Cabe destacar que na visão sociológica sensivelmente humanista de Krippendorf (1989, p. 175), “o turismo deve servir ao homem, e não ao contrário”.

Inicialmente, destacamos a visão da Geógrafa Adyr Balastreri Rodrigues, que desenvolve pesquisa sobre o turismo. Assim para ela:

O turismo, na sua enorme complexidade, reveste-se de tríplice aspecto com incidências territoriais específicas em cada um deles. Trata-se de fenômeno que apresenta áreas de dispersão (emissoras), áreas de deslocamento e áreas de atração (receptoras). É nessas áreas que produz o espaço turístico ou se reformula o espaço anteriormente ocupado. (RODRIGUES, 1997, p. 83).

Para Portuguez (1999), o Turismo deve ser estudado por um complexo teórico-técnico decorrente da contribuição de um significativo número de ciências, cujas bases teóricas-metodológicas já estão mais estruturadas. Neste sentido, a Geografia assume papel fundamental como uma das ciências que se pesquisa o turismo, dedicando-se aos estudos dos processos de (re)produção do espaço turístico, sua organização e o aproveitamento de suas potencialidades em benefício tanto dos que ocupam, quanto dos que nele buscam os recursos recreativos de que necessitam.

De acordo com Andrade (1995), turismo é o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento.

De La Torre (1992), por sua vez, entende o turismo como um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduo ou grupos de pessoas que, fundamentalmente, por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Segundo Almeida (1997), turismo designa tanto uma ação como uma função; de um lado refere-se aos fluxos, às motivações e aos tipos de deslocamentos pertinentes à atividade, de outro, se refere às empresas e às agências receptivas, às transferências de capitais.

Outros aspectos que vêm se destacando com relação ao turismo está relacionado aos tipos de turismos interligados ao meio ambiente, sendo estes o ecoturismo e o agroturismo.

O turismo ecológico, que também pode ser chamado de ecoturismo, gera um impacto ambiental pequeno e é sustentável.

Para Benevides (2002), turismo ecológico, o meio rural é imaginado como *locus* da procura por uma paisagem em estado “originário”.

Segundo Boullón (2002), o ecoturismo não deve ser visto simplesmente como “uma pequena élite de amantes da natureza”, mas sim “uma viagem responsável a áreas naturais”.

Além do turismo ecológico ou ecoturismo, existe também o agroturismo que tem despertado o interesse de muitas pessoas.

Para Portuguez (1999), o termo agroturismo surge da proliferação, como uma submodalidade do turismo rural, este por sua vez apresenta outras

submodalidades como: turismo verde, turismo naturalista, de habitação, de estância, de retorno de montanha, dentre outros.

O agroturismo é um subproduto da agricultura, que exerce forte atração pela paisagem em ligação com os sistemas tradicionais, pela vida animal, pelas condições de vida e de trabalho, pelo funcionamento das comunidades rurais, ou em outros termos, uma atividade complementar e conexa da agricultura.

Na análise das relações entre a Geografia e as atividades do turismo, pelos ângulos proporcionados pelas questões do crescimento/desenvolvimento, envolvendo uma determinada parcela do espaço geográfico, destaca-se a perspectiva da geografia econômica. Nos últimos anos, têm crescido bastante as preocupações dos geógrafos econômicos com o turismo, de forma mais sistemática, tentando superar uma fase de fraqueza teórica a respeito das características espaciais do turismo.

A Geografia se interessa pelo estudo do turismo porque o espaço configura-se como o principal campo de apropriação da atividade turística. O turismo se beneficia da ciência geográfica pela capacidade de análise espacial que a Geografia imprime em seus estudos. O espaço, sendo uma das categorias de análise mais importante do universo geográfico, concede ao turismo um entendimento profundo das relações que envolvem o par sociedade/ambiente (GONÇALVES, 2008).

Para o turismo, a investigação fenomenológica permite analisar aspectos fundamentais acerca do fenômeno turístico, e das experiências vividas pelos turistas (PANOSSO NETTO, 2005, p. 138).

Sobre a possibilidade de se discutir o lugar turístico, convém destacar as inúmeras abordagens referidas aos “não-lugares” (AUGÉ, 1994), as quais despenderam por parte de inúmeros autores (CARLOS, 1999; CRUZ, 2007; RODRIGUES, 1997) as mais diversas críticas e análises acerca da dimensão de tal “conceito”. No entanto, o termo, ou conceito, utilizado por Augé (1994), refere-se a uma “Antropologia da modernidade”, como bem indica o título do livro. Contudo, não demorou para que a Geografia se apropriasse das controvérsias que envolvem a temática da negação dos lugares. Holzer (1993, p. 127), baseado nos princípios da Geografia Humanística, recorda o geógrafo humanístico Edward Relph, e escreve:

Para Relph, só a compreensão dos lugares a partir da experiência cotidiana poderia deter a marcha da geografia do não-lugar, ligada à inautenticidade das experiências refletidas nas atitudes ou ações de massa, referentes ao domínio do outro, e que são típicas das sociedades industrializadas. A geografia humanista seria a geografia dos lugares.

Assim, a negação dos lugares deve ser cuidadosamente reinterpretada, para que não se caia no equívoco da aceitação imediata e simplificada de que o turismo produz “não lugares”, na mesma medida em que produz lugares turísticos. E da mesma maneira, para não se sucumbir à cilada de acreditar que “a indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial” (CARLOS, 1999, p. 26).

Ao destacar a natureza complexa do turismo, Rodrigues (2001, p. 22) aponta que para tratar da temática turística, o “enfoque geográfico é de fundamental importância, uma vez que, por tradição, lida com a dualidade sociedade x natureza”. Essa dualidade, que indica muito da magnitude de uma abordagem geográfica, traduz um interesse recíproco da Geografia e do turismo, um pelo o outro.

Castro (2006) discute “o lugar turismo na ciência geográfica”, apontando algumas considerações sobre a disciplina de “Geografia do Turismo” aplicada aos cursos de graduação em Geografia. Nesta tese, a autora faz um amplo apanhado das relações teóricas entre a ciência geográfica e o turismo, e desenvolve um panorama dos primeiros registros de interesse epistêmico dos geógrafos a respeito do fenômeno turístico.

Para Castro (2006, p. 13), diante da espacialidade da prática turística, observa-se a necessidade da inclusão de uma abordagem geográfica do turismo na formação do geógrafo. A autora destaca que a atividade turística se desenvolve sob o esteio do território, da paisagem e do lugar, categorias que “imprimem identidade ao conhecimento geográfico, permitindo a interpretação de fenômenos com dimensão espacial” (CASTRO, 2006, p. 44).

Numa outra perspectiva, Bonfin (2007) aborda a importância da “geografia na formação do profissional em turismo”, revelando que a Geografia é a área que tem maior interesse pelo turismo, pois a atividade turística constitui-se como um fato social e econômico que se manifesta, efetivamente, no espaço geográfico (BONFIN, 2007, p. 47).

Beni (2001) ressalta que:

Em suma, o fato de o turismo encontrar-se ligado, praticamente, a quase todos os setores da atividade social humana é a principal causa da grande variedade de conceitos, todos eles válidos enquanto se circunscrevem aos campos em que é estudado. Não se pode dizer que esse ou aquele conceito é errôneo ou inadequado quando se pretende conceituar o turismo sob uma ótica diferente, já que isso levaria a discussões estéreis. Estas poriam justamente em evidência as limitações conceituais existentes sobre o fenômeno (BENI, 2001, p. 39).

Para Romero (1989) apud Rodrigues (1997), as teorias explicam os deslocamentos humanos como razão direta de suas necessidades e desejos, além da razão inversa às limitações de sua liberdade, sendo o homem desta forma um viajante por natureza.

Rodrigues (1997, p. 39), ainda, cita:

A recreação e a viagem é incorporada como uma necessidade fisiológica para a reposição de energias físicas e mentais (...), tornando a viagem uma obrigação, e nos dias atuais um incremento do turismo de massa e social subsidiado em alguns países e a quase todas as camadas sociais da população.

Os elementos socioculturais são responsáveis, em grande parte, pelas principais atrações do turismo em muitas regiões do Brasil. Monumentos históricos, museus, festas tradicionais, feiras dentre outros, movimentam milhões de pessoas com grande número de turistas nacionais e internacionais, e consequentemente geram grande movimentação de capitais.

Lazer e turismo estão diretamente relacionados, sendo assim, torna-se importante ressaltar que é nas grandes metrópoles que se encontram, em grande escala, as atividades de lazer, e segundo Rodrigues (2002), isso se deve ao estresse causado pelo corre-corre da cidade grande.

Em um sentido amplo e sociológico, Lopez et al. (1971) mencionam que o turismo é um dos grandes hábitos de movimentos migratórios na história da humanidade, caracterizado pela constante taxa de crescimento. Porém, o turismo não pode ser considerado como um acontecimento individual, ocasional, como uma fantasia delirante ou um fluxo possível e tolerável somente em períodos de prosperidade, pois responde na realidade a uma necessidade acentuada e intensificada da vida moderna. Para Lopes et al. (1971, p. 60):

O que ocorre é que a expressão do turismo moderno se faz ligado ao modo e relação de causa e efeito com o progresso econômico, com a concentração urbana, as facilidades de circulação atrelada aos progressos tecnológicos, cuja aceleração se deu a partir da segunda metade do século XIX, que transformou de maneira decisiva as condições de vida e trabalho dos homens.

Já Geiger (2001) faz menção sobre o turismo de massa, encarado por ele como um fenômeno recente, caracterizado: pelo número de pessoas de quase todos os povos viajando; pela quantidade de pessoas empregadas no setor e pelo movimento financeiro que envolve; pela abrangência geográfica do movimento, ou seja, o turismo alcançando todos os lugares da terra e ainda pelo envolvimento das administrações públicas no processo.

Observa-se, desta forma, que o turismo se tornou um novo tipo de consumo, que propõe a instalação de equipamentos que causem o menor impacto ambiental, já que este consumo produtivo do espaço procura também, desenvolver e aprofundar a consciência ecológica por meio da interação e do respeito à natureza, além da sua conservação e objetivos da educação ambiental.

Barreto (1997) analisa o efeito multiplicador que o turismo provoca na economia.

O turismo tem efeitos econômicos diretos e indiretos na economia de um país. Os efeitos diretos são resultantes da despesa realizada pelos turistas dentro dos próprios equipamentos turísticos e de apoio, pelos quais o turista pagou diretamente alguma coisa. Os efeitos indiretos do turismo são resultantes da despesa efetuada pelos equipamentos e prestadores de serviços turísticos na compra de bens e serviços de outro tipo. Trata-se de um dinheiro que foi trazido pelo turista, mas que está sendo gasto por outrem que receberá o turista em primeira mão. Numa terceira etapa de circulação do dinheiro do turista estão os efeitos induzidos, que são constituídos pelas despesas realizadas por aqueles que receberam o dinheiro dos prestadores de serviços turísticos e similares (BARRETO, 1997 p. 72).

Segundo Rodrigues (1997), tanto a produção dos novos espaços turísticos como de consumo são homogêneos, uma vez que as instalações de grandes infraestruturas de apoio ao turismo requerem investimentos de capital, financiado pelo capital transnacional, em que o papel do Estado é decisivo, expresso pela política nacional do turismo e pelos planos e programas regionais em todos os níveis da administração pública.

Apesar de alguns estudos, tal como de Lage e Milone (2000), demonstrarem que o turismo apresenta efeitos econômicos, sociais, culturais e ambientais múltiplos e produz resultados nem sempre divididos igualmente entre os envolvidos. Ainda assim, a atividade turística possui dentro de seu bojo estrutural uma enorme capacidade de possibilitar que a receita gerada pela atividade em si possa ter impacto direto em outros segmentos econômicos da sociedade. Portanto, a atividade turística torna-se relevante para qualquer economia, seja ela nacional, regional, ou local, pois o deslocamento constante de pessoas acresce o consumo, gera a diversidade de produção de bens e serviços e possibilita o lucro e a geração de emprego e renda.

Conforme Raposo (2002, p. 9), no Brasil: "A indústria do turismo atua favoravelmente sobre 52 segmentos diferentes da economia e emprega quase

seis milhões de trabalhadores, cerca de 9% da população economicamente ativa".

Para Beni (2001), além do desenvolvimento intersetorial ocasionado pelo turismo é simbolizado pelo efeito multiplicador, outro importante fator que a atividade possui é a capacidade de contribuir para a elevação da demanda de emprego e para o desenvolvimento de políticas de planejamento regional.

Outros aspectos que vêm se destacando com relação ao turismo está relacionado aos tipos de turismo interligados ao meio ambiente, sendo estes o ecoturismo e o agroturismo. Segundo Boullón (2002), o ecoturismo não deve ser visto simplesmente como "uma pequena elite de amantes da natureza", mas sim "uma viagem responsável a áreas naturais".

Para Portuguez (1999), o termo agroturismo surge da proliferação, como submodalidade do turismo rural, este por sua vez apresenta outras submodalidades como: turismo verde, turismo naturalista, de habitação, de estância, de retorno de montanha, dentre outros.

Este mesmo autor, afirma que é comum se deparar com grandes variedades terminológicas sobre o turismo rural. A respeito disso, comenta que a avaliação da literatura existente sobre turismo rural mostra a grande riqueza de termos, expressões e conceitos que variam conforme a realidade de cada país e expressam diferentes maneiras de aproveitar os recursos do espaço rural e os programas e as ações compreendidas nesta área.

Segundo Portuguez (1999), a partir da segunda metade do século XX, o turismo antes caracterizado como atividade de *status* das classes mais altas da sociedade, passou a ter outro sentido, pois diversos fatores propiciaram sua popularização. Posteriormente, passou a ser caracterizado por um crescente planejamento para atender um público bem diversificado.

O turismo na sua complexidade trata-se de um fenômeno que apresenta área de dispersão, áreas de deslocamentos e áreas de atração, produzindo o espaço turístico ou reformulando o espaço que anteriormente fora ocupado, onde também se dá o consumo do espaço.

Para Rodrigues (1997), esse espaço da mesma forma que todo espaço geográfico, embora sem fronteiras definidas, não se pode negar a concretude do espaço turístico apresentada pelo seu território que, todavia, não representa a totalidade espacial.

Para um planejamento estratégico, Rodrigues (1997) deixa claro que se deve fazer o estudo dos

aspectos institucionais, ideológicos, econômicos e culturais, que compõem a política integrada de turismo e o planejamento que passa desde a gestão ao monitoramento.

Rodrigues (1997), ainda, menciona que o Estado perante os projetos turísticos precisa entrar na implementação da infraestrutura básica como transporte, comunicações, ofertas de subsídios e incentivos fiscais em nível Federal, Estadual e Municipal, participando também com legislação que fiscalize tais projetos.

Analisa-se, também, o papel do Estado e da iniciativa privada no planejamento das atividades turísticas, onde a política do turismo não pode desvincular-se da questão ambiental. Porém, isso não vem acontecendo no Brasil, onde a política do turismo ainda é incoerente, imprecisa e inconsistente.

Diferente de outras atividades econômicas, o turismo deve-se orientar, segundo critérios seguros de preservação e conservação, desta forma necessita respeitar a legislação ambiental expressa pela política nacional do meio ambiente, sendo também muito importantes os recursos jurídicos que definem as Áreas de Proteção Ambiental (Apas), Estações Ecológicas, dentre outras.

Um dos instrumentos de grande importância desenvolvidos no Brasil é o Plano Nacional de Gerenciamento Costeiro instituído em 1988, que como um sistema geográfico de características especiais, processa os fatores ambientais que regem integralmente requerendo cuidados especiais no planejamento do turismo.

Rodrigues (1997), ainda, menciona em sua obra que além das políticas ambientais é necessário respeitar a política estabelecida a outros setores, que incidem sobre bases territoriais específicas como a Lei Orgânica dos municípios e os Planos Diretores que regem o uso do solo no município, pois o planejamento integrado do turismo consiste em enquadrar os projetos no contexto de planificação geral, definindo relações de rentabilidade de mercado, levando em conta os aspectos sociais, naturais e culturais, conciliando os interesses em conflito das diversas atividades inerentes ao turismo em interação com outros setores.

Com a melhora no sistema mundial de comunicações, transporte e a divulgação de culturas de outras regiões pouco conhecidas, foi possível a transformação destas regiões em pontos de interesse turístico, fazendo com que a oferta hoteleira evoluísse em função desta demanda.

Segundo Andrade et al. (2000), a evolução da hotelaria levou o sistema hoteleiro a trabalhar de

forma a moldá-lo, segundo seus interesses, tendo o turismo como ponto central, sendo a viabilidade econômica financeira o instrumento fundamental para orientar a decisão final sobre o investimento. Inicialmente, é preciso decidir sobre a grandeza do empreendimento que se pretende realizar e as fontes de onde virão os investimentos, depois decidir o tipo de hotel que se pretende implantar, seu tamanho e o local. Para os mesmos:

A localização da rede de hotelaria segundo uma escala regional, deve partir de uma tipologia já determinada para o empreendimento hoteleiro, onde avaliará a demanda potencial e uma estratégia que atraia o turista (ANDRADE et al., 2000, p. 38).

A acessibilidade é outro ponto essencial, pois deve estar garantida por rodovias em bom estado, transitáveis o ano todo e de preferência pavimentadas, pois o acesso ao local e os atrativos que dispõe representará uma demanda turística potencial.

A comunicação equivale à ação e efeito de comunicar-se, isto é, descobrir, manifestar e fazer saber alguma coisa, sendo no sentido da sociologia moderna “uma transmissão de significados”, um mecanismo em virtude do qual existem e se desenvolvem as relações humanas.

Etimologicamente, a palavra comunicação deriva do latim *communicare*, ou seja, transmitir. Para que o significado se transmita é necessário que o receptor e o emissor atribuam idêntico sentido aos símbolos em que a mensagem está expressa.

Para Lopez et al. (1971), o tratamento da mensagem deverá levar em conta o tipo de comunicação que se utiliza. Estes podem ser classificados em três grandes grupos: sonoro – compreensão da transmissão oral, diretamente e por meio de rádio; impressos – revistas, livros que pressupõem a elaboração intelectual, mas adequada à leitura; e imagens – que se relaciona à visão direta de figuras, da televisão e cinema.

Observa-se que os núcleos produzidos, baseados em certos parâmetros assentados sobre modismo e vinculados pela mídia ao longo do processo de ocupação, vão sendo abandonados e substituídos por outros à medida que cambiam os valores ou que os espaços se tornem saturados pela ocupação desenfreada.

A categoria geográfica espaço se insere nessa discussão, uma vez que as atividades culturais, econômicas e de lazer, onde se incluem as várias formas de turismo, têm contribuído para gerar mudanças espaciais necessárias de suporte à nova função. Nos últimos anos, o turismo tem sido concebido como um fator-chave, às vezes o único

possível para dinamização das regiões menos desenvolvidas e áreas marginais no Brasil e no mundo. A perspectiva de inserção de novos espaços na economia do turismo aliado a todo conjunto de atividades atrativas complementares tem instrumentalizado os diversos agentes (públicos e privados) que pelos mais variados mecanismos como: planos de desenvolvimento, programas regionais e/ou locais têm elaborado políticas regionais e setoriais que visam colocar em marcha o desenvolvimento local e incluir estes espaços no circuito econômico do consumo do turismo (TURISMO..., 2002).

Ainda, no dizer de Rodrigues (1997), o espaço turístico é o resultado da captação do imaginário coletivo, onde o espaço criado é reforçado pela mídia que reforça a partir de uma comunicação, as aspirações individuais, mediante campanhas publicitárias que adentra ao universo mental do turista, resgatando sonhos e convertendo-os em ação, ou seja, em “realidade”.

Este mesmo autor, ainda diz que a demanda turística é em grande parte originária dos centros urbanos, em particular das metrópoles onde grandes fluxos deslocam-se para lugares distintos do seu domicílio habitual, dirigindo-se para núcleos receptores, onde interagem com a população anfitriã.

Nota-se desta forma, que o fenômeno comunicativo é uma parte muito importante para as relações entre sociedade, pois a comunicação é o contato e, em seguida, uma forma de consciência. Assim, o turismo enquanto fenômeno comunicativo direto se torna uma nova força que se dá no sentido social, onde se configura como motivação humana, correspondendo a um papel fundamental ao turismo, já que possibilita novos contatos, contribuindo para uma decisiva criação de novos horizontes humanos.

Estes contatos, segundo Lopez et al. (1971), cada dia mais frequentes e cada vez mais fundamentados, possibilitam “algo” novo e que precisamente se fundamentará em muitos dos acontecimentos que até o momento tem afetado as estruturas sócio-culturais do mundo ocidental, lembrando que o turismo e a comunicação em massa são dois produtos da civilização industrializada mediante múltiplos pontos de contato.

Para Geiger (2001), não se pode negar que evidentemente o turismo passou a ser objeto de interesses econômicos de todo um sistema, que inclui agências de viagens, empresas aéreas, hotéis e governos, desde os centrais aos locais, onde se associam a diversos setores, como artesanatos, lojas de *souvenirs*, certos setores culturais etc.

Dado o recente interesse pelo turismo, muitos empresários e gestores públicos viram neste a oportunidade de conquista de lucros, e isso gerou a implementação de diversos projetos em diversos países. Mas o turismo não se expressa somente em função de economia, envolve outros fatores que estão intimamente interligados.

Quanto a esta questão, Gallero (2001) afirma que o turismo se sustenta da diversidade dos lugares, das diversidades das culturas e das expressões da vida humana, e que não é possível fazer turismo sem turista.

O acesso ao conhecimento - tecnologia e informação – tem sido fatores significativos para a atração de capitais, e o turismo desta maneira, vem ocupando papel relevante na economia mundial, já que as decisivas adoções de novas necessidades alteram os hábitos de consumo e promovem atualmente a busca pela natureza mediante à promoção do ecoturismo.

Atualmente, os principais fluxos de tráfego turístico internacional estão altamente concentrados na Europa Ocidental e na América do Norte. Na Europa, particularmente, os maiores fluxos de turistas se dirigem para os países da bacia do Mediterrâneo. Na Ásia e na região do Pacífico, notáveis transformações vêm ocorrendo, pelo crescimento econômico de alguns países de industrialização mais recente, que têm influenciado a eclosão de importantes mercados receptores e emissores do turismo internacional.

Com relação à América Latina e o continente africano, algumas estatísticas de 1997 apontavam a participação turística de fraca movimentação receptiva mundial, tendo como justificativa para isto as longas distâncias, dificuldades econômicas dos países, instabilidades política e infraestrutura de apoio insuficiente.

Para estabelecer ações conjuntas e incrementar o turismo na América do Sul, alguns países têm solicitado medidas para o incremento ao setor privado adotando políticas integradas para o desenvolvimento do turismo inter-regional, a fim de sensibilizar companhias aéreas a adotarem passagens turísticas promocionais entre países latino-americanos.

Esta modalidade tem se caracterizado por viagens para reservas naturais pouco impactadas, com o objetivo de estudar, admirar e desfrutar da paisagem da fauna e da flora, da mesma forma, promover a integração com as comunidades locais. Entram também em cena os países periféricos, onde a busca do desconhecido, do exótico, do inusitado para os países tropicais tem se apresentado como nova vocação turística.

Observa-se além de tudo, que o turismo é visto como importante fator da valorização, assim como a degradação ambiental, tanto na expressão natural como ocupada e construída, resultando da integração das esferas naturais, sociais, econômicas, políticas e culturais.

Os mais otimistas argumentam que o turismo proporciona incentivos às restaurações dos monumentos antigos, manutenção das tradições culturais expressas pela arte, gastronomia, artesanatos e outros. Porém, outros alegam que dentre os recursos naturais os que mais se destacam para implementação das atividades turísticas são os que respondem de forma imediata a atividades agressoras.

Com a análise dos impactos positivos e negativos, o turismo revela a necessidade de estabelecer critérios globais e de diversas dimensões nas políticas de turismo em diversas escalas, sendo indispensável que o turismo e o ambiente sejam estudados de maneira vinculada para assegurar a compatibilidade entre o desenvolvimento do turismo e a proteção do meio, em seu aspecto físico, econômico, social e cultural.

Relacionando a produção do espaço, Rodrigues (1997) menciona que o turismo cria espaços urbanos uma vez que necessita para a sua realização, da demanda da população anfitriã, do comércio, dos serviços, das infraestruturas básicas e de apoio, dos sistemas de promoção e de comercialização, e das instituições que exercem o poder de decisão.

Em relação à produção de bens, serviços e ideias no que se refere ao turismo, destacam-se os serviços de hospedagem, alimentação, agências e operadoras de viagens, companhias aéreas e de outras modalidades de transportes, aos sistemas de promoção e comercialização de toda natureza em diversas escalas, incluindo empresas de marketing e publicidade.

Já em termos de legislação vinculada também ao turismo, encontram-se as legislações ambientais mais ricas do mundo, que como já foi mencionada deve caminhar com o desenvolvimento de uma política do turismo. Para tal se faz necessária uma legislação que venha junto a essa atividade, regulamentar unidades de conservação, parques e reservas nacionais, áreas e locais de interesse turístico.

Em tempos de economia mundializada, em que todos passaram a manifestar preocupação com o sistema financeiro das nações, tornou-se comum afirmar que o Brasil é um país com vocação turística. Esta atividade ganha importância nas relações comerciais do país e na vida dos brasileiros, já que o

turismo é uma importante fonte de dinheiro estrangeiro, que consequentemente gera empregos, promove o desenvolvimento inserindo o país na economia mundial.

Na constituição brasileira, encontra-se o art. 180 que diz: “A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico”.

Tal previsão inscrita neste artigo foi efetivamente escolhida à condição de norma constitucional, com a disposição de referências escolhidas para delimitar o turismo no país, sendo estas: elevação do turismo à condição de fator de desenvolvimento social e econômico; promoção estatal e incentivo estatal ao turismo.

Segundo Mamede (2001), estas referências devem ser cuidadosamente estudadas, pois orientarão a atividade dos intérpretes, sejam legislativos, judiciários ou administradores.

Desta forma, eleva-se o turismo à condição de “fator de desenvolvimento social e econômico”, assegurando um dever estatal de atenção para com a atividade, colocada em condição constitucional privilegiada.

E mais, a Constituição espera que os esforços da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios caminhem para concretizar não apenas resultados econômicos como sociais. Portanto, estão os administradores públicos e legisladores brasileiros obrigados a prestigiar a via turística como alternativa constitucionalmente eleita para o desenvolvimento nacional.

No plano infraconstitucional, destaca-se na regulamentação do turismo a Lei nº 05/77, que revela segundo Mamede (2001), a nítida opção por um sistema estatal de atividade turística, em boa parte, refletindo a apatia da iniciativa privada para corresponder às inegáveis potencialidades pátrias para a exploração turística, bem como a desordem existente no setor, capaz de causar danos irreparáveis à imagem do país.

Sendo assim, torna-se fundamental a existência de uma coordenação central, formada com o objetivo de garantir padrões, bem como formar uma imagem favorável do país com relação às alternativas turística num mundo globalizado.

Um dos instrumentos escolhidos pelo Estado brasileiro para cumprir o comando constitucional de promoção e incentivo ao turismo, como fator de desenvolvimento foi a elaboração de uma Política Nacional de Turismo, tendo por objetivo o desenvolvimento do turismo como fonte de renda nacional, sendo formulada, coordenada e executada nos termos do art. 2º da Lei nº 8.181, de 28 de março

de 1991, pela Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo).

Por disposição do Decreto nº 448/92, essa Política Nacional do Turismo deve delimitar a prática do turismo como uma forma de promover a valorização e a preservação do patrimônio natural e cultural do país, junto à valorização do homem como o destinatário final do desenvolvimento turístico. De acordo com este Decreto, no art. 3º, seus objetivos são:

Democratizar o acesso ao Turismo Nacional, pela incorporação de diferentes segmentos populacionais, de forma a contribuir para a elevação do bem-estar das classes de menor poder aquisitivo; reduzir as disparidades sociais e econômicas de ordem regional, através do crescimento da oferta de emprego e melhor distribuição de renda; aumentar os fluxos turísticos, a taxa de permanência e o gasto médio de turistas estrangeiros no país, mediante maior divulgação do produto brasileiro em mercados com potencial remissivo em nível internacional; difundir novos pontos turísticos, com vistas a diversificar os fluxos entre as Unidades da Federação e beneficiar os equipamentos e serviços turísticos, adequando-os às características socioeconômicas regionais e municipais; estimular o aproveitamento turístico dos recursos naturais e culturais que integram o patrimônio turístico, com à sua valorização e conservação; estimular a criação e implantação de equipamentos destinados a atividades de expressão cultural, serviços de animação turística e outras atrações com capacidade de retenção e prolongamento da permanência dos turistas.

Para a concretização de tais objetivos, atua o Poder Público, “através de apoio técnico e financiamento, no sentido de consolidar a posição do turismo como instrumento de desenvolvimento regional, de forma a reduzir o desequilíbrio existente entre as distintas regiões do país” (art. 4º, Decreto nº 448/92).

Considerações finais

Durante a realização do presente trabalho, foi possível detectar que a principal dificuldade encontrada configurou-se na relação entre Turismo e Geografia, apesar do crescente interesse da Geografia em realizar pesquisas sobre Turismo, ainda percebe-se a carência de bibliografia adequada que fundamente a relação entre Turismo e Geografia.

Seria interessante um banco nacional com atributos turísticos georreferenciados para o auxílio a pesquisadores e aos gestores públicos.

Com a realização desse trabalho possibilitou-se a análise mais efetiva acerca do desenvolvimento do Turismo no Brasil.

O Turismo vem apresentando resultados positivos nos últimos anos, refletindo os indicadores favoráveis da economia brasileira. O turismo já possui importante participação na economia do país, empregando significativa parte da população brasileira, no entanto o país ainda não se configura entre as maiores potências turísticas do mundo.

Mas é visível que o turismo num país como o Brasil, possuidor de enormes potencialidades, possa funcionar como uma importante alternativa de desenvolvimento econômico.

Dessa forma, o Brasil necessita de maior planejamento para que o turismo se desenvolva no país de maneira a fornecer consciência da preservação ambiental, do patrimônio histórico e cultural do país, ficando evidente que o turismo possa ser um elemento complementar e amplificador dos impactos positivos de uma política global de desenvolvimento social que só pode ser orquestrada pelo poder público.

Referências

- ALMEIDA, M. G. Turistificação: os novos atores e imagens do litoral cearense. In: ENCONTRO REGIONAL DE ESTUDOS GEOGRÁFICOS, 6., 1997, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa: AGB/Neo Planos, 1997.
- ANDRADE, J. V. **Turismo:** fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 1995.
- ANDRADE, N.; BRITO, P. L.; JORGE, W. E. **Hotel:** planejamento e projeto. 2. ed. São Paulo: Senac, 2000.
- AUGÉ, M. **Não lugares:** introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.
- BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo.** 2. ed. Campinas: Papirus, 1997.
- BENEVIDES, I. P. Para uma agenda de discussão do turismo como fator de desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e desenvolvimento local.** São Paulo: Hucitec, 2002. p. 23-41.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo.** 6. ed. São Paulo: Senac, 2001.
- BONFIN, B. B. R. **A geografia na formação do profissional em turismo:** discussão sobre uma proposta teórico-metodológica para a região litorânea do Paraná. 2007. 258f. Tese (Doutorado em Geografia Física)-Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.
- BOULLÓN, R. C. Ecoturismo: intenciones y acciones. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e ambiente:** reflexões e propostas. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2002. p. 44-48.
- CARLOS, A. F. A. O turismo e a produção do não-lugar. In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. (Org.). **Turismo:** espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1999. p. 25 - 37.
- CASTRO, N. A. R. **O lugar do turismo na ciência geográfica:** contribuições teórico-metodológicas à ação educativa. 2006. 300f. Tese (Doutorado em Geografia Física)-Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.
- CRUZ, R. C. A. **Geografias do turismo:** de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Roca, 2007.
- DE LA TORRE, O. **El turismo, fenômeno social.** México: Fondo de Cultura Econômica, 1992.
- GALLERO, Á. L. El impacto de la globalización sobre el turismo. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e geografia:** reflexões teóricas e enfoques regionais. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 33-38.
- GEIGER, P. P. Turismo e espacialidade. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e Geografia:** reflexões teóricas e enfoques regionais. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 55-61.
- GONÇALVES, L. F. Geografia humanística e turismo: contribuições de enfoque humanista para o estudo do turismo. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL/TURISMO: INOVAÇÕES DA PESQUISA NA AMÉRICA LATINA, 5., 2008, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2008. p. 1 -14.
- HOLZER, W. A geografia humanista anglo-saxônica - de suas origens aos anos 90. **Revista Brasileira de Geografia,** v. 55, n. 1, p. 90-109, 1993.
- KNAFOU, R. **Turismo e território:** para um enfoque científico do turismo. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e geografia:** reflexões teóricas e enfoques regionais. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 62-74.
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo.** Para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1989.
- LAGE, B. H.; MILONE, P. C. Impactos sócio-econômicos globais do turismo. In: LAGE, B. H.; MILONE, P. C. (Org.). **Turismo:** teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000. p. 117-130.
- LOPEZ, M. S.; FARIÑAS, J. A. C.; MARTÍNEZ, J. L. M. **Turismo e comunicação.** São Paulo: Escola de Comunicações e Artes – USP, 1971. p. 231.
- MAMEDE, G. **Direito do turismo:** legislação específica aplicada. São Paulo: Atlas, 2001.
- PANOSSO NETTO, A. **Filosofia do turismo:** teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.
- PORTUGUEZ, A. P. **Agroturismo e desenvolvimento regional.** Série Linha de Frente. São Paulo: Hucitec, 1999.
- RAPOSO, A. **Turismo no Brasil:** um guia para o guia. 1. ed. São Paulo: Senac, 2002.
- RODRIGUES, A. B. **Turismo e espaço:** rumo a um conhecimento transdisciplinar. Série Linha de Frente. São Paulo: Hucitec, 1997.
- RODRIGUES, A. B. Desafios para os estudiosos do turismo. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e geografia:** reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 17-32.
- RODRIGUES, A. B. **Turismo e ambiente:** reflexões e propostas. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.
- TURISMO sob a ótica da sustentabilidade. 2002. Disponível em: <<http://www.senac.br/BTS/301/boltec301c.htm>>. Acesso em: 16 dez. 2009.

Received on December 17, 2009.

Accepted on August 10, 2010.

License information: This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.