

PENSANDO A GÊNESE E O CARÁTER INTERDISCIPLINAR DO TURISMO À LUZ DA GEOGRAFIA

THINKING GENESIS AND THE INTERDISCIPLINARY CHARACTER OF TOURISM IN THE LIGHT OF GEOGRAPHY

Valéria Maria de Souza Lima¹

¹ Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Correspondência para: Valéria Maria de Souza Lima (vmslima@gmail.com)

doi: 10.12957/geouerj.2018.34171

Recebido em: 13 mai. 2018 | Aceito em: 8 out. 2018



RESUMO

Buscando entretecer o Turismo e a Geografia, este artigo retoma a gênese e a dinâmica do fenômeno turístico para refletir sobre as suas interferências no espaço geográfico. A observação das interfaces inerentes a esses campos do conhecimento apresenta-se como apoio a pesquisas e estudos e, longe de querer esgotar-se em si mesma, pretende servir como contribuição à análise de realidades atuais e complexas. Nesta perspectiva, examina e articula conceitos, observa a motivação de fluxos e os seus efeitos, querendo trazer, da Geografia, importantes contribuições para a melhor compreensão do Turismo.

Palavras-chave: Turismo, Geografia, espaço turístico, gênese do Turismo, interdisciplinaridade.

ABSTRACT

Seeking to intertwine Tourism and Geography, this article revisits the genesis and dynamics of the tourism phenomenon, and reflects on its interferences in the geographic space. The observation of the interfaces inherent to these fields of knowledge presents itself as a support for research and studies and, far from wishing to exhaust the issue, it aims to serve as contribution to the analysis of current and complex realities. From this perspective, it examines and articulates concepts, observes motivation of flows and their effects, trying to bring, from Geography, important contributions for the better understanding of Tourism.

Keywords: *Tourism, Geography, tourism space, genesis of tourism, interdisciplinarity.*

INTRODUÇÃO

A Geografia e o Turismo guardam interfaces fundamentais, embora nem sempre observadas, parecendo-nos essencial considerar as relações que perpassam esses campos do conhecimento, em face das interdisciplinaridades que costuram essa teia.

Desse modo, iremos retomar aqui conceitos do turismo, buscando observar aspectos inerentes a essa atividade, além de considerar a evolução do setor desde o advento da Revolução Industrial aos tempos atuais.

Buscamos, ainda, caracterizar o fenômeno do turismo em relação ao sentido das viagens e aos seus públicos, refletindo sobre a emergência de segmentos na expectativa de atender a desejos e necessidades incessantemente novos.

Por fim, apresentamos reflexões sobre as interferências do turismo na produção do espaço, no que se refere aos espaços potencializados e que são produzidos pelo turismo e para o turismo. Ao final, temos um pequeno ensaio sobre as contribuições da Geografia para o Turismo e a interdisciplinaridade entre esses dois campos.

Essa discussão, contudo, não se esgota em si mesma. Ao contrário, o tema em questão sempre merecerá revisão e aprofundamento, servindo de base para novos estudos sobre as interfaces entre Geografia e Turismo e que delas possam decorrer.

Retomando conceitos do turismo

Como atividade socioeconômica ou do ponto de vista do conhecimento, o turismo é considerado ainda “jovem” e tem caráter multidisciplinar, envolvendo um grande número de setores econômicos em suas contas e várias disciplinas na formação de seu escopo teórico. Diante de sua complexidade, não existem ainda hoje definições claras acerca do turismo, nem delimitações evidentes do seu campo de atuação (OMT, 2001).

Sobre a origem etimológica da palavra turismo, Barbosa (2002) nos conta que o termo inglês *tourism* seria originário do francês *tourisme*, e que *tour*, de acordo com William Theobald, deriva do latim *tornare* e do grego *tornos*, com o significado de giro ou círculo (p. 67-68). Adicionando-se o sufixo “ismo”, temos, então, “a ação de um movimento ao redor de um círculo” (p. 68). Barbosa (2002) aponta a interessante anterioridade da palavra *turista* em relação a turismo, “atestando a preexistência do sujeito em face do fenômeno” (p. 68).

Turista entra na língua francesa em 1816, enquanto que turismo apenas em 1841, três anos após *As memórias de um turista*, de Stendhal. Localiza-se a aparição de *turista* no inglês (proveniente do francês *tour*) por volta de 1800; no entanto, há evidências de ter sido usada em 1792, numa narrativa de viagem de John Byng (p. 68).

Em termos conceituais, Hermann Von Schullernzu Schattenhofen, economista austríaco, foi pioneiro ao definir, em 1911, que o turismo compreenderia “todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na vida do turista de um determinado município, país ou estado” (apud BARRETTO, 1995, p. 9).

Como matéria acadêmica, o turismo veio a ganhar interesse no período de 1919-1938, com a publicação dos primeiros trabalhos de Glucksmann, Schwinck e Bormann da Escola de Berlim. Em 1942, no auge da Segunda Grande Guerra, os professores W. Hunziker e K. Krapf da Universidade de Berna definem o turismo como “a soma de fenômenos e de relações que surgem das viagens e das estâncias dos não residentes, desde que não estejam ligados a uma residência permanente nem a uma atividade remunerada” (OMT, 2001).

Cabe esclarecer que, se por um lado a Organização Mundial do Turismo critica como ampla e de pouco esclarecimento a definição de Hunziker e Krapf, uma vez que “introduz muitos conceitos indeterminados que deveriam ser previamente definidos” [tais como fenômeno] (OMT, 2001, p. 37), Beni (2001) irá atribuir àquela formulação a importância de reconhecer que “o turismo abarca muitos aspectos”. No seu modo de ver, a proposição de Hunziker e Krapf, “pelo fato de não ter sido construída com a terminologia de uma disciplina acadêmica, permite abordagens interdisciplinares e multidisciplinares do estudo do turismo” (p.36).

Entre várias outras, a definição dada, em 1982, por Mathieson e Wall apresenta elementos comuns a diversos conceitos, sugerindo o turismo como “movimento temporário para destino fora das residências e locais de trabalho normais, as atividades efetuadas durante esta permanência e as facilidades criadas para atender as necessidades dos turistas” (apud COOPER, SHEPHERD E WESTLAKE, 2001, p. 14).

Dos princípios comuns a muitos conceitos de turismo, temos o deslocamento das pessoas para fora de seu local de residência, o destino e as atividades realizadas no período da visitação, incluindo bens e serviços criados para a satisfação das necessidades do visitante (OMT, 2001, p. 39). A partir dessas

considerações, surgirão proposições sobre aspectos fundamentais do turismo que devem ser vistas diante da especificidade que requer o setor.

Considerando essa questão, diversos autores, como Beni (2001), compartilham da visão sistêmica dada ao turismo, como um “conjunto complexo de inter-relações de diferentes fatores [...] que evoluem de forma dinâmica” (OMT, 2001, p. 39), composto, segundo a Organização Mundial do Turismo, de quatro elementos básicos: demanda (consumidores reais ou potenciais de bens e serviços turísticos), oferta (rede de produtos, serviços e organizações envolvidas na experiência turística), espaço geográfico (onde oferta e demanda se conjugam e onde está o público receptivo), operadores de mercado (empresas e organismos que têm a função de facilitar a inter-relação entre oferta e demanda, como as agências de viagens, companhias de transporte, órgãos públicos e privados que organizam ou promovem o turismo).

Burns (2002) também identifica o que chama de “elementos primários”, presentes nas principais definições do turismo: a demanda por viagem (associada a fatores econômicos, políticos, sociais e culturais que possibilitam mais viagens), os intermediários do turismo (fornecedores: hotéis, transporte, agentes de viagens), as influências ligadas ao destino (conexões históricas, acessibilidade, estabilidade política e econômica), e os impactos decorrentes da atividade. Retomando a alternativa deixada por Smith, aquele autor inscreve o turismo como prática social:

o fenômeno do turismo ocorre apenas quando três elementos – lazer temporário + rendimentos disponíveis + ética da viagem – ocorrem simultaneamente. A aprovação da viagem dentro de uma cultura é o que converte o uso do tempo e recursos em mobilidade social, espacial ou geográfica. Se a viagem não é vista como algo apropriado dentro de uma cultura, então tempo e recursos podem ser canalizados para outros fins (SMITH, apud BURNS, 2002, p. 43).

Embora Barretto (1995) declare que “o turismo é, inegavelmente, a atividade econômica mais importante do mundo” (p. 92), a autora também nos apresenta o lado social do turismo ao definir que

turismo é movimento de pessoas, é um fenômeno que envolve, antes de mais nada, gente. É um ramo das ciências sociais e não das ciências econômicas, e transcende a esfera das meras relações da balança comercial (BANDUCCI JR. e BARRETTO, 2000, p. 2).

Dos enfoques mais atuais sobre o turismo, temos a advertência de Lage e Milone (2000) sobre não limitar o seu significado à concepção de tempo e espaço apenas, sendo impossível ter do termo uma definição única e precisa. No entendimento desses autores, o turismo na atualidade não caberia em um conceito absoluto, sendo necessário compreender a atividade em todo o seu dinamismo.

No rastro da transnacionalização, o turismo passou a incluir, de fato, uma intrincada rede de interlocuções de tal forma diversificadas, que tornam difícil a identificação isolada de suas implicações. Deste modo, os estudiosos do tema passaram a adotar mais recentemente o termo *fenômeno*¹ para designar o turismo com mais propriedade.

Apreende-se o turismo como algo que se produz em nossa consciência por meio dos sentidos, envolvendo dados materiais, ou fenômenos internalizados, psicológicos, nos quais, por exemplo, se encontrariam as atitudes e as sensações antes, durante e após a viagem (CAMARGO, 2001, p. 39).

Atribuindo ao turismo um conceito polissêmico, Alves Júnior (2003) também discorre sobre os tipos e segmentos do turismo como fenômeno essencialmente social e gerador de produtos eivados de diversos significados e interpretações.

De acordo com Camargo (2001), o turismo seria um fenômeno cooperativo, um processo que exigiria “a interação simultânea de vários sistemas ou subsistemas cujas atuações se adicionam para levar ao efeito final” (p. 40), fazendo alusão à abordagem sistêmica dada à matéria.

Frente a várias preocupações com o desenvolvimento do setor, inclusive quanto aos diferentes enfoques dados ao turismo, as Organizações das Nações Unidas (ONU), a Organização Mundial do Turismo (OMT) e o Governo do Canadá motivaram a realização, em 1991, da Conferência sobre Viagens e Estatísticas de Turismo (Conferência de Ottawa), momento da formação da Comissão de Estatísticas das Nações Unidas designada para sistematizar definições e recomendações para o estabelecimento de um sistema coerente de estatísticas turísticas, posteriormente adotadas pela ONU em caráter oficial e

¹ Como consta de Japiassú e Marcondes (1996), “o termo fenômeno passou a ser utilizado nas ciências experimentais e nas ciências humanas para designar não uma coisa, mas um processo, uma ação que se desenrola” (p. 101).

publicadas pela OMT (2001). Das discussões propostas naquele encontro, surgiu o marco conceitual explicitado pela OMT (2001):

o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outros (p. 38).

Se não resolve todas as questões relacionadas à conceituação do turismo, o esforço daquelas organizações, sem julgamento das contribuições de outras definições e de suas diferentes perspectivas, orienta-se pelo sentido de formalizar alguns aspectos considerados fundamentais ao setor e serve, principalmente, como referência para estudos estatísticos.

Rejowski (2001) aborda nesse sentido o caráter multidisciplinar do turismo esclarecendo que estão imbricados no seu estudo conhecimentos de várias outras disciplinas, como é o caso da economia (na análise de políticas e efeitos econômicos), da sociologia (no que se refere às interações entre turista e anfitrião), da psicologia (em relação ao comportamento do turista), da geografia (quanto às relações espaciais derivadas das viagens e de seus impactos ambientais), da antropologia (em relação às populações receptoras e emissoras), do direito (na regulamentação dos direitos e deveres inerentes ao setor), da administração (especialmente no que se refere às funções de planejamento e gestão). Beni (2001) lembra, além disso, a contribuição de Jafar Jafari, ao reconhecer a interação de alguns desses e de outros campos de conhecimento com o turismo, tais como os da ciência política, ecologia e estudos urbanísticos, aos quais acrescenta o marketing.

É o estudo do homem longe de seu lugar de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, econômico e sociocultural da área receptora. (JAVARI apud BENI, 2001, p. 36).

Ainda no processo de apreendermos a complexidade desse campo, cabe observar que os conceitos de turismo vão se forjando na medida em que amadurece essa arena de estudos, notadamente colorida com fortes tons de disciplinas que também continuam a amadurecer, resultado de investigações e de debates, como é o caso da Geografia.

De qualquer modo, os elementos constitutivos do turismo e de sua trajetória oferecem suporte para os olhares que passamos a lançar sobre o comportamento desse fenômeno nos tempos atuais.

Pensando a gênese para interpretar a atualidade

O homem sempre foi incitado a se deslocar, impulsionado por diferentes necessidades e motivos: caçar, guerrear, orar, negociar, buscar novos conhecimentos ou prazeres. Ambrósio (2005, p. 105) assinala que “a viagem atravessa a história”, desde os fenícios aos espanhóis, quer pelos exércitos, comerciantes ou pelos nobres romanos. Nesta perspectiva, alguns estudiosos consideram que o turismo teria surgido há milênios.

Barretto (1995) aponta datas e marcos diferentes indicados como iniciais da atividade turística, indo desde os gregos do século VIII a.C., que viajavam para visitar os santuários de Delphos e Afrodite ou para assistir aos jogos olímpicos, até os fenícios, aos quais se atribui as primeiras práticas do comércio. Até mesmo os deslocamentos em direção ao mar, promovidos pelos habitantes da Caverna de Madasin nos Pirineus franceses, há 13 mil anos, são vistos, às vezes, como antecedentes do turismo. Menções igualmente são feitas aos romanos, pela iniciativa das primeiras viagens voltadas ao prazer e cujo império promoveu a construção de estradas entre os séculos II a.C. e II d.C. com o propósito de facilitar a visita a estações termais e a vilas de descanso.

Há quem advirta, no entanto, como Camargo (2001), sobre a importância de se tratar o turismo considerando a historicidade dos seus fatos, distinguindo-os e contextualizando-os em seus devidos tempos, sem a pretensão de dispô-los em uma linha contínua e irretocável.

Mudanças de sensibilidade, sociabilidade distintas, infraestrutura de serviços e transportes se articulam de maneira diversa daquelas do passado das sociedades pré-industriais. [...] Identificar o turismo e suas práticas antes da Revolução Industrial não tem qualquer consistência diante de evidências empíricas (p. 40-42).

Mesmo o *grand tour*, termo editado em 1670 em publicação inglesa e que fazia menção às viagens destinadas ao aprendizado prático dos jovens da nobreza, estaria longe de se configurar turismo

(CAMARGO, 2001). Conforme Barbosa (2002), entretanto, o grand tour, impulsionado pelo Humanismo científico, teria revolucionado a “história do gosto e do prazer pela praia” (p. 41), lugar de águas salgadas que, com as montanhas de ar puro, passaram a ser receitados para a cura de certos males.

Para Ambrósio (2005), de fato não se pode chamar de turismo o deslocamento que se fazia antes de se constituir esse termo, por não ser essa atividade uma simples atualização da vilegiatura², mas manifestar-se como prática social ligada à produção de mercadoria.

A propagação do termo turismo ocorre para Pires (2002) apenas na metade do século XIX, quando a atividade resumia-se a sinalizar o status de uma pequena elite (LABATE, 2000). Segundo Barretto (1995), o turismo veio emergir efetivamente, ou ao menos como fenômeno de massa – diga-se, única possibilidade para Ambrósio (2005) –, apenas na segunda metade do século XX. Barretto (2000) não parece ter dúvidas de que, antes disso e do ponto de vista socioeconômico, a atividade incluía somente as viagens voltadas ao prazer, aos anseios religiosos, à descoberta ou aos negócios dos homens então considerados livres, constituindo-se, realmente, em privilégio de muito poucos.

Silveira e Ribeiro (2014) lembram a falta de consenso a respeito da origem do turismo e a prerrogativa de que a atividade se consolida com o capitalismo. Também para Lobato (2015), o turismo se consolidou como atividade econômica no século XX, quando converte o espaço em objeto de consumo. A apropriação dos conceitos de território, espaço, região, lugar, paisagem e outros, do ponto de vista da Geografia, mostram-se, portanto, basilares para a melhor investigação do comportamento do turismo, de sua dinâmica e de suas interferências.

Não resta dúvida de que os economistas ingleses do século XVII já estivessem atentos ao fato de que, com as pessoas, “viajava o dinheiro” (BANDUCCI JR. e BARRETTO, 2000, p. 7), mas é a Revolução Industrial do século XIX que ensejará uma nova condição à atividade turística, tanto pelos avanços tecnológicos, quanto pela nova ordem sociocultural que se estabeleceu a partir daquele

² “Espaço/tempo de recreio, de cura, de ócio, passado no campo distante da cidade” (AMBRÓZIO, 2005, p. 109)

movimento. A melhoria dos meios de transporte advinda da Revolução Industrial possibilitou o encurtamento das distâncias, tendo sido de igual importância para o crescimento do turismo a progressiva inclusão das demandas por tempo livre e lazer nas pautas de reivindicações dos trabalhadores industriais.

Esta “civilização urbana” criou, para Pires (2002), “um novo tipo de deslocamento, principalmente em busca do atendimento das necessidades individuais de prazer e de saúde” (p. 23). Veremos depois o desdobrar das motivações humanas em demandas turísticas cada vez mais específicas, gerando fluxos incríveis que fazem surgir segmentos de mercado de toda ordem.

Diante das rupturas provocadas pela Revolução Industrial, cabe atentar, no caso do turismo, para a mudança radical ocorrida na perspectiva do tempo, elemento primordial nessa matéria.

Karl Marx nos socorre ao dimensionar um “tempo de trabalho” necessário ao desenvolvimento de forças produtivas do indivíduo e da sociedade que, em sua concepção, deveria ser reduzido a um mínimo decrescente para “liberar o tempo de todos em vista do desenvolvimento de cada um” (MARX, apud GIANNOTTI, 2000, p. 187).

Não é a redução do tempo de trabalho necessário ao sobretrabalho, mas a redução do trabalho necessário à sociedade a um mínimo, o tempo tomado livre para todos os indivíduos e os meios criados que possibilitam a educação artística, científica, etc. necessária ao livre desenvolvimento das individualidades. O capital é ele mesmo a contradição em processo, conforme impede que o tempo de trabalho se reduza a um mínimo e, simultaneamente, torna o tempo de trabalho a única medida e fonte de riqueza.

Para Marx, na medida em que os trabalhadores podem se assenhorar do *surpluslabour* [sobretrabalho], cresce o *disposable time* de todos, passando este a se constituir na medida da riqueza (MARX, apud GIANNOTTI, 2000, p. 187-188). As lutas pela redução da jornada de trabalho, como lembra Padilha (2000), cuidaram de elevar a categoria tempo à fonte de poder social e de definir os capitalistas a partir do controle que estes seriam capazes de exercer sobre o tempo alheio.

No rastro do capitalismo, o lazer, fenômeno do qual bem se apodera o turismo, estaria assim como este irremediavelmente ligado ao tempo livre dos homens, pressupondo o trabalho e não o suprimindo (DUMAZEDIER, 1999). O lazer estaria inscrito, deste modo, nas escolhas de utilização do tempo livre, ou no que Marx chama de não-tempo-de-trabalho, aqui entendido como o que resta do tempo integral do indivíduo, uma vez cumpridas todas as suas obrigações (profissionais, pessoais ou político-sociais).

De acordo com Dumazedier (1999), Marx já percebia neste “tempo liberado do trabalho a possibilidade de superação da atual antinomia do trabalho e do lazer com vistas à realização do Homem Total” (p. 29). Contudo, esta parece ser uma apreciação reducionista da obra marxista e que não pode ser remetida ao turismo quando este se apropria do lazer, cabendo rever as tensões criadas em torno de servir ou não a atividade turística à pretendida inclusão de todos, seja como turistas ou como agentes beneficiários dos seus resultados. Sociedade emancipada, como diz Padilha (2000), é aquela “tornada efetivamente humana e social”, impossível de ser realizada no universo capitalista (p. 17).

A crítica às ideias de Dumazedier está presente em Faleiros (PADILHA, 2000) no que se refere à proposição daquele autor para o esquema “funcionalista” de “necessidades iguais para todos, passíveis de serem satisfeitas com atividades também iguais para todos”, longe, portanto, do que pretendia Marx (p. 57). Em Baudrillard (Padilha, 2000), até mesmo a concepção de tempo livre como possibilidade libertatória evidencia-se incongruente com o modelo capitalista, “uma vez que se encontra regulado na sua cronometria pela abstração total do sistema de produção” (p. 3).

No clima evolucionista da Revolução Industrial vemos surgir, assim, o que Trigo (1993) indica serem registros da sistematização da atividade turística, o surgimento da Abreu Turismo, em 1840 (Porto, Portugal), e a realização da primeira excursão, em 1841, organizada pelo missionário inglês Thomas Cook com a finalidade de levar, de Leicester a Loughborough (Reino Unido), cerca de 500 pessoas a um congresso antialcoolismo, evento que consolida o uso do trem como transporte de passageiros.

Em face do sucesso de sua empreitada, Thomas Cook abandona a igreja para criar uma agência de viagens com o seu nome, tornando-se o primeiro guia de turismo e o primeiro agente de viagens do mundo. Em 1866, surge em Londres a Thomas Cook & Son, “marca que se espalhou por todo o mundo como sinônimo de confiança e qualidade nas viagens turísticas” (ANSARAH, 2001, p. 17). Também atribui-se a Cook o pioneirismo de imprimir “detalhes geográficos, históricos, usos e costumes e culinária da época” (ibidem) em pequenos manuais de viagem – os guias turísticos, além da elaboração do cupom de hotel, hoje conhecido como voucher³, e do “circular Norte”, antecessor do travellers check⁴ (PIRES, 2002, p. 19).

É interessante a observação de Camargo (2001), diante dos propósitos de Thomas Cook, sobre a possibilidade de que o turismo originalmente organizado tenha sido apoiado na moral puritana e “não em considerações hedonistas”, direcionado para a prática útil da instrução e do consumo apropriado dos momentos de não-trabalho (p.67; grifos nossos).

Outra consideração feita por Camargo (2001) diz respeito à necessidade de se examinar “a enorme gama de variabilidade e o descompasso temporal nos processos de industrialização, não apenas na Europa, mas também nas áreas periféricas do Ocidente de capitalismo tardio como o Brasil” (p. 46). Parece-nos evidente, desse modo, que outras variáveis sociais, políticas e culturais devam ser levadas em conta ao se analisar a trajetória do turismo a partir desta ótica e os seus resultados, tomando-se cuidado na comparação descontextualizada de experiências e práticas de diferentes localidades.

De qualquer modo, dentre outros fatos importantes que marcam o movimento do turismo, cabe citar a inauguração, em 1890, do primeiro hotel de César Ritz, um tipo de hospedagem que traria novas facilidades e confortos para os viajantes, tais como possuir “quartos de banho em todos os apartamentos, com banheiras de mármore e paredes cobertas de azulejos” (PIRES, 2002, p. 22). É importante fazer nota, também, de que nos anos 1920, após a Primeira Guerra Mundial, os automóveis

³ Documento de utilização comum pelas agências de viagens, o voucher é um cupom que comprova o pagamento prévio de serviços de hospedagem e outros.

⁴ O travellers check, ou “cheque de viagem” é adquirido pelo turista em seu país de origem e pode ser cambiado por moeda local.

passaram a ser mais frequentemente utilizados como transportes de passageiros; nos anos 1950, alguns dos aviões utilizados na Segunda Grande Guerra vieram servir a esse mesmo propósito, dando surgimento às primeiras companhias aéreas.

Desde os tempos da Revolução Industrial, à exceção dos períodos marcados pelas crises consequentes das guerras e das instabilidades econômicas ou sociopolíticas, não se percebe no turismo timidez para o crescimento. Tendo se servido dos cálices fartos do período industrial, a decantada “indústria sem chaminés” não se curvou ao esgotamento daquela era, emergindo revigorada com o fortalecimento do setor terciário.

Trigo (1993) reconhece que o turismo “nasceu [e] desenvolveu-se com o capitalismo”, mas “explodiu como possibilidade de prazer para milhões de pessoas e como fonte de lucros e investimentos” somente a partir de 1960 (p. 19). Para o autor, a atividade turística se beneficiou diretamente da nova ordem surgida nas sociedades pós-industriais, estabelecendo-se como espaço privilegiado na produção de serviços.

No entanto, a incursão do mundo na era da informação e da transnacionalização parece ter oferecido ao setor a sua melhor oportunidade, no momento em que o rompimento de fronteiras espaciais e temporais ganha dimensões sem precedentes.

Evidentemente, parece prematura qualquer análise sobre o atual comportamento do setor, cabendo apenas a avaliação de tendências, especialmente se considerarmos as novas possibilidades que a super tecnologia e a virtualidade propiciam e que podem, em certa medida, comprometer a lógica na qual se firmou o turismo, uma vez que oferecem novas opções de ocupação do tempo livre e colocam em xeque a questão do não-lugar. Além disso, resta examinar as repercussões de médio e longo prazo provocadas por eventos naturais (como o tsunami na Tailândia em 2004), políticos (como o “11 de setembro” em Nova Iorque e os ataques terroristas em países europeus, como em Paris, entre outros), e mesmo pelas crises atuais de toda sorte em continentes, países, regiões, cidades, às quais o turismo parece ser extremamente vulnerável.

O ensejo, para alguns estudiosos, é de que o turismo esteja por iniciar, nos dias de hoje, a sua fase de amadurecimento. Contudo, vale a lembrança de Camargo (2001) sobre o risco de inculcar no tema o reducionismo próprio do exame fragmentado ou linear, sem considerar os diferentes tempos, histórias e lugares do turismo. Afinal, há que se identificar o turismo “como fenômeno historicamente localizado, isto é, um fenômeno não inerente à natureza, nem imemorial, mas datado e parte integrante de um momento da cultura do homem ocidental” (p.40).

Por fim, cabe considerar de Silveira e Ribeiro (2014) a lembrança de que a globalização traz reflexos que colocam o turismo, fenômeno da contemporaneidade, como elemento importante do eixo que quebra paradigmas na nova dinâmica mundial, provocando o forjar de novos e inusitados fluxos e fixos, cujas motivações não cessam de se criar e de serem recriadas.

Diante desse quadro, cabe agora observar de que modo tais impulsos passam a provocar, cada vez mais, o surgimento de nichos específicos de turismo, bem como as implicações decorrentes dessas novas expectativas de demanda.

Motivações para o deslocamento e o turismo: segmentos emergentes

Na medida em que assimila o fenômeno do lazer, o turismo passa a ampliar o sentido das viagens e os seus públicos, na expectativa de atender a necessidades e desejos incessantemente novos. Algumas notas sobre esse movimento podem ser vistas em Claval (2010), quando o autor aponta que a viagem pode oferecer, momentaneamente, que os modos de vida possam ser mudados, que a curiosidade pelo desconhecido seja satisfeita, que o inédito e o imprevisto sejam experimentados, e que o contato com o outro se estabeleça na descoberta da autenticidade, tudo possibilitado pelo “afrouxamento dos laços que normalmente cercam com firmeza os indivíduos” (p. 50).

É dessa oportunidade que se verifica, segundo a Organização Mundial do Turismo – OMT (2001), a ampliação do turismo temático, ou seja, a organização do turismo a partir de determinados temas para atrair e atender a nichos específicos de demanda turística. A tematização no turismo tem sido

influenciada, assim, não só pelo surgimento de motivações cada vez mais especiais ou exclusivas por parte dos turistas, mas igualmente pelas necessidades originárias de uma nova ordem que se estabelece no âmbito do mundo dos negócios, turbulento, inquieto e incongruente em que se estabelece a referida atividade.

Como discurso mais otimista, tem-se que o turismo temático serviria como alternativa socioeconômica para regiões menos favorecidas, na medida em que ofereceria a alternativa de diferenciação de ofertas em um campo minado pela competitividade. Contudo, afirmando que a possibilidade de desenvolvimento do turismo está atrelada à justa distribuição de renda, o que deve permitir ao setor a inclusão de segmentos mais amplos da sociedade, Barretto (1995) alerta no sentido de que, independente do importante papel que tem o turismo, este não pode carregar o peso de “passaporte para a paz”, visão mística dos anos 70.

Tratando de turismo temático, o “mote” eleito, conforme a OMT (2001), poderá centrar-se em torno de um “personagem, jogo, tecnologia, costume, espaço, conceito global, ficção” (p.129). É assim que a OMT (2001) destaca como principais temas da atualidade o turismo cultural, o turismo de aventura, o turismo de negócios, o turismo esportivo, o turismo de saúde, o turismo rural e o ecoturismo, em uma lógica absolutamente despreocupada entendendo a possibilidade de que haja ainda algumas ramificações de cada um desses grandes eixos.

Pires (2002), porém, vê a motivação como tema ainda carente de maiores estudos e, no caso do turismo, sem respostas que ajudem a compreender os impulsos das viagens que, segundo entende, mesclam-se e muitas vezes mascaram a principal razão do deslocamento, como no caso do turismo rural, por exemplo.

Sobre esta segmentação, Barretto (2000) registra que, de fato, existem hoje pelo menos cem diferentes “espécies” de turismo, que podem ser agrupados de acordo com pelo menos quinze critérios. Mas quanto ao motivo que fundamentalmente levaria à experiência do turismo, este poderia ser sintetizado

na busca por atrativos naturais ou culturais, sendo encontrados esses últimos em aspectos da história ou do cotidiano das sociedades.

É desse modo que vemos surgir, conforme Lobato (2015), uma crescente valorização do patrimônio cultural para a utilização turística, seja pela apropriação do patrimônio como recurso do segmento do turismo cultural, pela contribuição que o turismo pode trazer para a preservação dos bens patrimoniais, ou mesmo pelo reconhecimento de manifestações culturais e religiosas, como o caso de Bragança, no Pará, investigado pelo autor.

Yázigi (2006) também aponta que o patrimônio ambiental urbano interessa eventualmente ao turismo e é reconhecido e preservado por valores “potencialmente qualificados”, quer sejam pragmáticos (com usos que não subvertam a forma, como espaços de experiência e de promoção identitária), cognitivos (que enriquecem a experiência e expressam a história), estéticos (dos quais advém o encantamento dos sentidos) e afetivos (de pertencimento aos lugares da vida).

Para Costa (1998), o turismo como atividade dinamizadora do espaço espraia-se pelo mundo, provocando o deslocamento de pessoas sempre em busca do novo e do exótico, movidos por sentimentos e expectativas particulares. Como exemplo, temos a festa religiosa do Senhor do Bonfim em Icó, no Ceará, abordada pelo autor, originalmente promotora do deslocamento apenas de romeiros (pagadores de promessas e participantes de rituais), e que hoje abarca de modo crescente também os turistas, impulsionados pela curiosidade e encantamento com o que é diferente.

Como mostra Serra (2013), outro exemplo da “turistificação” do espaço em face do impulso dado ao turismo religioso é a comemoração do Círio de Nazaré em Belém do Pará, evento que se realiza desde o final do século XVIII.

No caso do turismo religioso, cabe lembrar ainda Santos (2006) sobre ser este um fenômeno recente, notadamente refletindo a busca pelo imaterial e simbólico, categorias que passam a ser, nessa medida,

exploradas como recursos turísticos, mas que não deixam de se somar, na maioria das vezes, a outros interesses históricos e culturais.

Observando o território fluminense em especial, Marafon e Ribeiro (2005) destacam, ainda, os movimentos turísticos em torno do espaço rural, seja pela procura de hotéis-fazenda, fazendas-hotéis, atividades de agroturismo, turismo de aventura, entre outros atrativos. Ribeiro e Silva (2014), igualmente, revelam a crescente demanda pelo turismo rural no Brasil, em face da crescente “fuga urbana” das pessoas em busca de tranquilidade e de paisagens naturais.

Rodrigues (2003) acrescenta que “o turismo rural estaria correlacionado a atividades agrárias, passadas e presentes, que conferem à paisagem sua fisionomia nitidamente rural” (p. 103).

É neste ponto que entra em pauta o hibridismo paisagístico insistente de algumas localidades e que embaça o olhar sobre o que é rural ou ecológico, levando alguns autores à adoção do termo turismo “ecorrural” em seus encaminhamentos.

Estritamente relacionado à paisagem, o ecoturismo é outro tema abordado por diversos autores, como Irving (2008), que se preocupa notadamente com a questão das áreas protegidas.

O ecoturismo ganha importância nos estudos de Santana (2008) e de outros autores, que observam a “invasão” da questão ecológica na vida cotidiana atual, como uma “forma de consumo do espaço subordinada a uma representação da natureza” (p.10).

Essa quebra da rotina ocorre, para Pires (2002), fundamentalmente de modo relacionado à alteração da paisagem – é isso que asseguraria, de fato, a mudança física em relação ao território propiciada pelo deslocamento.

Para Rodrigues (1992), de modo geral, a paisagem se define a partir de quem a observa e percebe. Está, portanto, revestida e carregada de significados culturais e ideológicos. Rondando a paisagem

está a intenção de se romper com a rotina, mudar de ambiente, concretizar sonhos, realizar aventuras, experimentar o inusitado, desenhando-se, sobre essas possibilidades, o que é exploração e captação midiática e comercial.

Almeida (2013) lembra que a paisagem está impregnada de simbolismo, sendo percebida, concebida e veiculada pelos sentidos de cada um. A paisagem cultural, portanto, é reflexo da filosofia, religião, ideologia, história, inspirando e sendo inspirada por quem com ela se relaciona.

Também o chamado turismo cultural caminha a passos cada vez mais largos, mas a amplitude exagerada desse conceito preocupa Barretto (2000), entre outros autores. Para a OMT, turismo cultural é designado pela “procura por estudos, cultura, artes cênicas, festivais, monumentos, sítios históricos ou arqueológicos, manifestações folclóricas ou peregrinações” (BARRETTO, 2000, p. 20).

Neste sentido, o grand tour da aristocracia inglesa, embora se aproxime mais, no nosso entendimento, do scholé⁵ de Aristóteles, não deixaria de prefigurar turismo cultural, como expõe Camargo (2001), uma vez que teria servido de instrumento de reconhecimento, de aprendizado de valores (e de identidades) locais e nacionais, além de guardar a dimensão econômica presente na compra e venda de souvenirs. A diferença essencial entre um e outro residiria no fato de que aqueles viajantes do grand tour – artistas e acadêmicos – não apenas “consumiam cultura”, como também a produziam.

O turismo cultural do século XIX, enraizado nos preceitos da Revolução Francesa, será igualmente resultado do ócio (diferente do não-tempo-de-trabalho) das classes burguesas, embora tenha contribuído para a institucionalização do patrimônio cultural e, em certa medida, para a sua preservação, como “instância privilegiada do imaginário das representações e da ideologia nacionais” (CAMARGO, 2001, p.63). As âncoras, depois, postas no romantismo, cuidarão de incitar o imaginário do homem forjando o singular, o diferente, “uma oferta de outra paisagem, uma promessa de aventura, um outro homem, [um] outro povo” (ibidem, p. 63).

⁵ Tempo social, segundo os gregos da antiguidade, consistindo na maior apropriação de tempo livre possível e de sua conversão em entretenimento nobre, em prol do desenvolvimento do corpo e do espírito (CAMARGO, 2001).

Retomando a questão da tipologia dos turistas, é importante o alerta de Burns (2002) sobre o perigo do cunho determinista posto na atribuição de “características inevitáveis a [certos] grupos de pessoas”, bem como sobre a possibilidade de os mesmos indivíduos poderem assumir diferentes perfis de turistas ao longo de uma mesma viagem, quando esta pode oferecer variados tipos de experiências (p. 63).

Resta verificar, no tópico a seguir, a interferência do turismo sobre o espaço geográfico.

Interferências do turismo no espaço geográfico

Rodrigues (1992) ressalta que o turismo é um fenômeno que se espalha em áreas de dispersão (emissoras de fluxos), de deslocamento (intermediárias, ou de trânsito), e de atração (receptoras de fluxos), onde por fim se produz o espaço turístico (ou onde se realiza o consumo do espaço), reformulando, às vezes, o espaço antes ocupado.

Para a autora, a grande questão é alcançar a força da atividade turística na produção do espaço, sendo muito mais fácil conceber o que são os espaços potencializados para o turismo, e os que são produzidos pelo turismo e para o turismo, a exemplo de Las Vegas ou de Cancun, no México, caso de interesse de Fuentes (2001).

A exemplo do Caribe mexicano, notadamente o de Cancun, como adverte Fuentes (2001), seria fundamental analisar os fortes impactos negativos trazidos pela atividade turística, na medida em que esta ganha crescente importância em diversos países e cidades.

No Brasil não é diferente, como mostra Limonad (2007). Remetendo-nos à reflexão sobre a migração da imagem do país, de “economia agroexportadora tropical atrasada” a “paraíso tropical”, via exploração do turismo no exterior, a autora aponta as práticas de comercialização de áreas litorâneas (e nem tão litorâneas) do Nordeste brasileiro, inclusive para uso como segunda residência de portugueses e espanhóis.

Da facilitação promovida pelos governos para a instalação de resorts, hotéis de luxo, marinas e condomínios fechados, em nome dos impactos positivos que o turismo pode trazer, decorre, como mostra Limonad (2007), uma expansão geográfica indiscriminada daquela área, pondo em risco um dos principais ecossistemas do mundo.

Destacando o caso da Costa dos Coqueiros, na Bahia, e da instalação dos resorts do Complexo de Sauipe com recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), no âmbito do Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR), Limonad (2007, p. 72) sinaliza tanto para a retórica de que a mudança “tira do isolamento as praias e diversas povoações litorâneas”, quanto para a outra face de que houve real tendência ao agravamento da pobreza ali já existente, pela incontestável segregação socioespacial sofrida pelas populações locais.

Dependendo dos tipos de exploração turística e, conseqüentemente, da intensidade de ocupação daquelas áreas, não se pode deixar de observar, em maior ou menor grau, como destaca Limonad (2007, p. 81), ao “contexto regional empobrecido e sem infraestruturas e serviços”, em contraponto em que culminam os mega resorts como “enclaves de riqueza e tecnologia”.

Preocupados com tais experiências, Randolph e Araújo (2007) investigam os processos de urbanização turística em áreas perimetropolitanas do Rio de Janeiro, especialmente em Cabo Frio, observando a influência de projetos imobiliários de grande porte no deslocamento temporário para veraneio.

Também sobre o “crescimento desmesurado” do turismo, Ruschmann (2002) alega que a preservação do meio ambiente estaria fatalmente subordinada à eficácia das políticas em turismo, incluindo fatores como ocupação racional do território pelas “facilidades turísticas e equipamentos de lazer” e o controle sobre o crescimento da atividade, de modo a salvaguardar “a atratividade e originalidade das atrações para as gerações futuras” (p. 105). Em face da interdisciplinaridade do turismo, esta missão apresentaria, segundo aquela autora, grandes dificuldades; pois

as leis de proteção ambiental e outras específicas para a proteção dos recursos turísticos existem em quase todos os países, mas muitas vezes o desencontro entre o discurso oficial e a prática cotidiana é flagrante. O poder de certos grupos de interesse, a pressão econômica e as relações privilegiadas com as administrações locais lançam o descrédito sobre uma regulamentação boa e adequada – no papel –, porém constantemente violada na prática (p. 106).

Referindo-se especificamente à legislação do turismo no Brasil, Ferraz (2001) indica a necessidade de revisão do “papel indutor e controlador do Estado”, de modo a provocar a edição de novos instrumentos normativos para o setor.

O modelo estritamente fiscalista das décadas de 1940 a 1960, sucedido pelo desenvolvimentista da [década] de 1970 e pela coordenação conjugada dos anos 1980 não encontra, nos anos 1990, sucessor algum. O amplo processo de privatização e de liberalização econômica ocorrido na última década não encontrou eco sistemático no planejamento turístico oficial, que continua baseado, formalmente, em normas da década de 1980. Essas normas, por anteriores a tal processo e, mesmo, à Constituição Federal de 1988, não se coadunam, muitas vezes, com seus princípios e dificultam a percepção do que, afinal, está, ou não, materialmente em vigor (p. 131).

Além das interferências ambientais negativas do turismo, algumas de consequências avassaladoras e irreparáveis advindas de ações irresponsáveis travestidas de desenvolvimento turístico como é imposto a certas localidades, cabe a atenção para questões socioculturais decorrentes do apartamento das comunidades locais.

Tomamos a abordagem de Claval (2010) ao falar das viagens, matéria essencial da atividade turística, quando o autor destaca o ponto de encontro inicial e sensível da experiência geográfica e do turismo, mencionando as heterotopias de Michel Foucault, ou apontando como o espaço do outro é posto de lado pela cultura ocidental.

A experiência geográfica é a diversidade de lugares e de homens. O que se passa noutro lugar não se parece com o que se passa aqui. O tempo não passa da mesma forma, ali o ritmo das estações é diferente, as estiagens mais longas, o frio mais intenso, os ventos mais violentos. As pessoas não têm os mesmos reflexos, os mesmos hábitos; eles não falam a mesma língua, não praticam a mesma religião. A alteridade dos homens se acrescenta à novidade e ao exotismo dos lugares (p. 51).

Embora Trigo (1993) veja o turismo como um meio potencial de comunicar ideias e atitudes, um campo que insere a diversidade cultural e a abertura a novas experiências, para Barretto (1995) não

existiria sequer a possibilidade de uma “convivência” entre o turista estrangeiro e o núcleo receptor, uma vez que aquele se isolaria entre visitas a lugares “pasteurizados” e sessões de fotografias, retornando ao seu lugar de origem “sem ter experimentado um modo de vida diferente, sem ter efetivamente conhecido o ‘outro’ cujo país visitou”, muitas vezes reafirmando preconceitos quando quaisquer de suas expectativas deixam de ser atendidas (p. 93-4).

Em 1961, Daniel Boorstin já qualificava o turismo como símbolo da “decadência moderna”, como mostra Serrano (2000), referindo-se ao turismo de massa como uma experiência “ilusória, superficial, [...] banal” (p.40). Para Boorstin, “o turismo estaria fechado como num circuito de ilusões, e o turista somente conseguiria observar a cultura alheia protegido por uma bolha ambiental” (ibidem). Criticando a postura de Boorstin como elitista, Dean MacCannell também discute a questão da autenticidade e enxerga no turismo a personificação de sua busca (SERRANO, 2000, p. 41).

De qualquer modo, Burns (2002) evoca Feifer para mostrar que o turista pode não ser “um viajante do tempo quando vai a um local histórico; não é um bom selvagem instantâneo, quando permanece em uma praia tropical [...] Resolutamente ‘realista’, ele não pode fugir à sua condição de forasteiro” (p. 109).

Uma observação interessante pode ser vista igualmente em Alves Júnior (2006), quando o autor ressalta a diferença entre o romeiro, ou peregrino, e o turista que, mesmo desfrutando normalmente das mesmas estruturas, têm motivações e necessidades distintas, demandando ofertas particulares para a sua satisfação. Enquanto um, o peregrino, tem por foco a busca do sagrado e dos ritos que lhe são próprios, o outro, o turista, quer conhecer a história e a cultura a partir das manifestações religiosas, e experimentar outros atrativos. Claramente, os modos de se relacionar com o lugar deverão ser diferentes.

Segundo Burns (2002), há que se pensar, ainda, nos “intermediários da cultura” (guias turísticos, garçons, intérpretes etc.), que se colocam entre o turista e o lugar, podendo manipular a cultura vivida neste, sem afetar, necessariamente, a identidade da sociedade que ali vive, mas provocando um

paradoxo quando fazem supor e esperar “um encontro entre anfitriões e convidados” (p. 124). Não obstante, tanto o turista pode simplesmente não ser movido pelo interesse de “fazer contato com os habitantes locais” (BURNS, 2002, p. 125), quanto pode ser impulsionado pela curiosidade de “ir ao encontro dos nativos” (ARAÚJO, 2001, p. 55).

Outras questões serão abordadas por Burns (2002) no que se refere a essas inter-relações entre “anfitrião” e “convidado”, entre elas a problemática da aculturação e da transferência cultural como processos de “empréstimo” e, conseqüentemente, de “assimilação”, na medida em que “a cultura mais forte [...] dominará e começará a transformar aquela mais fraca” (p. 128). Isto não quer dizer, segundo Barretto (2000), que o turismo signifique necessariamente uma “invasão”, havendo culturas enraizadas que, ao contrário de serem atingidas, costumam ser fortalecidas (p. 31), provocando o retorno às raízes e a valorização da particularidade histórica, de onde pode advir o conhecimento e a valorização do patrimônio.

A recuperação da memória coletiva, mesmo que seja para reproduzir a cultura local para os turistas, leva, numa etapa posterior, inexoravelmente, à recuperação da cor local e, num ciclo de realimentação, a uma procura por recuperar cada vez mais esse passado (p. 47).

Figueiredo (2013) adverte sobre ser o lugar uma representação, pois “existe no real e transcende a ele, sendo imageado (grifo nosso) pelos indivíduos”. Isso dependeria, para o autor, de níveis diferenciados de “percepção espacial” e, igualmente, de “maior ou menor nível de inteligibilidade que o espaço geográfico adquire” (p. 207).

Contudo, no entendimento de Barbosa (2002), “as imagens podem sobrepor-se aos lugares”, em se tratando de turismo (p. 38), sendo os turistas meros consumidores de símbolos que buscariam, apenas, reconhecê-los e não apreender dos mesmos o conteúdo.

Labate (2000) lembra, ademais, que os tempos atuais são tempos de uma incessante (re)construção do outro como “objeto do olhar turístico [mas] sobretudo como uma mercadoria” (p. 58). Neste sentido, Araújo (2001) indica a “dimensão de irrealidade do mundo turístico” exemplificada pelas “atrações

turísticas” que podem ser referenciadas tanto por “conjuntos arquitetônicos [quanto por] um utensílio qualquer, [já] que tudo pode ser tratado turisticamente, como elemento de algo representado, encenado para turista ver, produzindo assim a materialização do pseudoevento/realidade” (p. 57-58). Para Araújo (2001) é essa “encenação” que permite atender à demanda dos turistas por “autenticidade” (p. 60).

Barretto (2000) revela, no entanto, que essa exigência tenderia ao engessamento das culturas, sem deixar de ser o turismo importante no processo de resgate histórico.

Nada nem ninguém permanece absolutamente idêntico a si mesmo para sempre. Nesse sentido, há que se concordar que manter a identidade local é tentar impedir o processo normal pelo qual as pessoas e sociedades evoluem. Mas o turismo com base no legado cultural permite que se mantenha, em um lugar específico, um determinado período do tempo, que deu origem a essa comunidade. Permite que a comunidade, de alguma forma, engaje-se no processo de recuperação da memória coletiva, de reconstrução da história, de verificação das fontes. Permite, até mesmo, que muitos membros dessa comunidade adquiram, pela primeira vez, consciência do papel que sua cidade representou em determinado cenário e em determinada época (p. 49).

A preocupação de Jafar Jafari, compartilhada por Barretto (2000), reside no fato de que “o turismo reduz os povos e sua cultura a objetos de consumo e ocasiona desajustes na sociedade receptora”. A tensão é a seguinte: se ao deixar de ser interessante do ponto de vista do mercado – e do consumo – um produto é descartado ou substituído, o que se daria no caso do turismo, quando o “produto” implicaria populações inteiras? (p. 30) Como esclarece Barretto (2000), “a crítica é quanto à transformação do patrimônio em bem de consumo [...], [quando este] deixa de ser valioso por sua significação na história ou na identidade local e passa a ser valioso porque pode ser ‘vendido’ como atrativo turístico” (p. 32).

Para Almeida (2013), há hoje, de fato, uma turistificação do patrimônio, sendo que os bens culturais são valorizados não só pela sociedade, mas também pelo mercado.

Do mesmo modo, Paes-Luchiari (2005) adverte de que a refuncionalização de patrimônios edificados, seja pelos projetos de “revitalização”, gentrificação, requalificação, enobrecimento, e outros, constitui um tipo de segregação socioespacial, em especial nos centros históricos apropriados pelo turismo. Desse modo, a cultura passa a ser mercadoria e os seus objetos, bens e mesmo a paisagem passam a ser moeda de troca, interessando aos seus agentes que sejam “espetacularizados” e “fetichizadas”:

A verdade é que as manifestações, os eventos e as formas valorizadas culturalmente foram capturados pela nova racionalidade da economia urbana: a identidade social proporcionada pelo lugar somou-se a espacialidade estetizada, fragmentada, superficial e globalizada da cidade-mercadoria (p. 48).

Sobre esse aspecto cabe observar e discutir, entre outras questões, a emergência de megaprojetos que servem ao turismo, nos quais se incluem os resorts, assim como os complexos hoteleiros e os parques temáticos que, como mostra Paes-Luchiari (2005), são exemplos de territorialidades exclusivas que resultam do exercício de poder de determinado grupo cultural ou econômico. Conforme a autora, “a eleição de um patrimônio é sempre um processo socialmente seletivo” ou “culturalmente seletivo”, poderíamos dizer que

a revalorização das paisagens constituídas por elementos históricos, como o patrimônio arquitetônico, tem atribuído às paisagens urbanas contemporâneas um novo sentido no campo do consumo cultural. O patrimônio arquitetônico tornou-se, hoje, cenário revestido de valores mercadológicos, descompromissados com o passado e com o lugar – tendência global que reflete a mundialização das relações, dos valores e das manifestações culturais (2005, pp. 95-105).

Banducci Jr. e Barretto (2001) lembram assim, entre outros estudos, o de Grunewald (2001) sobre os índios Pataxós do sul da Bahia e da reinvenção dos mesmos como “índios do descobrimento”.

A etnicidade é reafirmada não apenas quando, juntamente com a produção de artesanato turístico (objetos étnicos adequados ao gosto dos turistas), os pataxós começam a resgatar o artesanato utilitário para expor para si próprios como registro da sua memória, mas também quando dão um claro papel social ao pajé-para-turistas, diferenciando-o do pajé da comunidade (p. 16).

Lobato (2015) infere que o turismo e o lazer influenciam, que os seus espaços sejam de aparências, reduzidos, presos ao mundo das imagens e dos simulacros. Nesse sentido, Irving (2008) indica que também o ecoturismo surge como uma “proposta de mercado”, uma vez que

...a natureza se transfigura em *commodity* para atender aos sonhos dos imaginários urbanos, que ressignificam e transformam os recursos renováveis (e, portanto, imprimem novos significados ao valor da natureza) em sonhos de consumo contemporâneos (p.3).

Silva (2008) também adverte sobre como o ócio pode ser vendido como produto, resultado da lógica de apropriação do tempo livre pelo capital: “cria-se a ideia de que as atividades recreativas, o lazer e a viagem, um conjunto de bens e serviços que, em certo sentido, são desnecessários, passam a ser essenciais para as necessidades do homem” (p. 265).

Gestado a partir dessa nova percepção do tempo advinda da Revolução Industrial, o lazer estaria “impregnado da racionalidade econômica”, transformando-se “em mais uma mercadoria a ser consumida” (PADILHA, 2000, p. 77). Também para Marcuse e seus discípulos, segundo Barbosa (2002), o lazer estaria ligado à alienação do sujeito, à ilusão da “livre satisfação das necessidades [...] criadas [e] manipuladas pelas forças econômicas da produção e do consumo de massa, conforme os interesses de seus donos” (p. 70).

No rastro da alta tecnologia mecânica e da produção em série, o mercado de massas, inclusive o do turismo, encontraria, nessa lógica, o solo mais fértil para a expansão na era industrial, ancorado na conjugação de preços baixos, produtos padronizados, altos salários e linhas de crédito abertas ao consumidor.

Em relação ao “poder da magia e da sedução no turismo”, Barbosa (2001) lembra a interessante versão das falsas tias brasileiras, possivelmente ressurgidas das “tias-professoras”, e dos grupos que acompanham para a Disney – espaço de “não-lugares”:

o interessante do turismo, de sua magia e sedução é que essas não-tias levam as crianças para visitarem não-lugares: o castelo da Cinderela é uma réplica do castelo da Bavária, no sul da Alemanha; o Animal Kingdom é o local onde se faz um safári africano na Flórida (p. 43).

Indo mais adiante, Burns (2002) propõe a seguinte questão: “o turismo pode oferecer o ‘paraíso na Terra’?” (p. 133). Resgatando Tom Selwyn, o autor indica que “a construção do paraíso seria apenas parte de uma gama de pressões do turismo sobre a cultura” (p. 136):

[a criação mitológica do paraíso] se estende para as imagens dos cartões-postais que ajudam a construir o Outro para o consumo turístico, para o poder dos museus na construção do passado

por meio de uma ‘herança comum’ que jamais existiu, para o modo como ‘uma simples caminhada em meio à natureza’ pode gerar sentimentos de nacionalismo e nostalgia por locais imaginados (p. 136).

Em última instância e neste sentido, o turismo seria tão somente “uma indústria do mito” (BARBOSA, 2001, p. 58).

Interdisciplinaridade e contribuições da Geografia para o Turismo

Quanto à notável interdisciplinaridade do turismo, Rodrigues (1992) é categórica ao afirmar o interesse despertado pelo nas cadeias de estudos teóricos e aplicados das Ciências Sociais, notadamente pelo seu crescimento em relação ao fenômeno das massas, quer seja para análises de planejamento ou de marketing e publicidade.

Rodrigues (1992) relaciona os elementos básicos do espaço turístico como oferta, demanda, serviços, transportes, infraestrutura, poder de decisão e de informação, sistema de promoção e de comercialização, todos em ação e interação constantes, atuando de forma interligada e inseparável.

Desse modo, as razões de franca expansão do setor, observada inclusive em momentos de crise, seriam, para a autora, de grande complexidade e perpassariam, portanto, os campos econômico, social, psicológico, político, cultural e ideológico, dentre outros. Nesse sentido, podem ser pensadas as inevitáveis, diversas e enriquecedoras interfaces que irão ser criadas e expandidas na medida em que avançam os estudos e as práticas turísticas.

Face à sua complexidade o turismo deve ser abordado em âmbito multidisciplinar, particularmente pelo conjunto das Ciências Sociais, integrando, além dos aspectos histórico-geográficos, os aspectos econômicos, psicológicos, sociológicos, antropológicos, constitucionais e regionais [...], aspectos políticos, culturais e ecológicos, dentre outros (RODRIGUES, 1992).

No esforço da multidisciplinaridade, uma contribuição fundamental da Geografia para a compreensão do Turismo é dada pela investigação do espaço e de sua dinâmica, cujas categorias de análise contam com a contribuição, em especial, de Milton Santos (1996), notadamente sobre a forma, função,

estrutura e processo como elementos relevantes para a interpretação do espaço turístico. Como indica Rodrigues (1992), a forma diz respeito à paisagem; a função realiza-se através da oferta, demanda, transporte, infraestrutura, serviços, gestão e marketing; a estrutura, que interliga todas as partes e enseja a funcionalidade espacial, com enfoque mais economicista na tradução de dados estatísticos que interpretam o mercado pelas relações de oferta e demanda, tempo de permanência, gasto médio, taxa de ocupação, e outros; o processo espacial, que observa a dinâmica da estrutura, seja em seus momentos de estabilidade, seja no movimento de produzir novos espaços.

Outra via importante para que a Geografia colabore com o Turismo, como indica Rodrigues (1992), é a observação da paisagem, importante recurso turístico e categoria que tem acepções e definições complexas.

Góis (2009) sinaliza, por outro lado, sobre ser o turismo uma atividade fortemente territorializada, porque depende de recursos naturais e históricos territorialmente localizados para se estabelecer e, conseqüentemente, da singularidade dos elementos que compõem a paisagem e a posição, isso no que se refere aos núcleos emissores [e receptores]. Tais atributos territoriais é que criariam os elementos de diferenciação que ditam o tom da competitividade entre os destinos turísticos.

Além de consumir espaços pela utilização dos seus atributos territoriais, o turismo também promoveria grandes transformações territoriais que, para o autor, resultariam tanto na produção material de lugares, quanto na construção de símbolos sociais a eles associados.

Todavia, Góis (2009, p.29) chama a atenção para o fato de que o turismo “se territorializa desterritorializando”, com o propósito de provocar, por vezes, a desterritorialização de comunidades locais tradicionais, como vimos nos casos de Cancún e da Costa dos Coqueiros narrados por Fuentes (2001) e Limonad (2007).

Mais importante parece pensar que há diferentes territorialidades nos territórios turísticos, como destaca o autor, o que pode suscitar o surgimento de territórios híbridos e contraditórios, sendo mais uma vez crucial o apoio da Geografia para a compreensão do Turismo.

Segundo Góis (2009), “o planejamento do turismo se constitui como uma estratégia de ação sobre um determinado espaço através de ações públicas promovidas por múltiplos agentes e interesses sociais” (p. 29). As políticas de turismo seriam, portanto, políticas territoriais, devendo ser pensadas de modo relacionado a outras políticas territoriais que se processem para além dos governos.

Outra questão apontada por Góis (2009) é de que, no Brasil, o modelo de planejamento do turismo apresenta forte correlação entre turistificação e urbanização, notadamente nas áreas litorâneas, como visto na costa nordestina (LIMONAD, 2007) e em outras localidades, como Angra dos Reis, no Rio de Janeiro.

Góis (2009) destaca, ainda, que a urbanização turística configura uma nova realidade ao território,

novos fixos são construídos em razão da necessária aparelhagem do território de estruturas capazes de sustentar os fluxos de turistas. Além disso, há a criação de estruturas capazes de ‘benesses para o olhar’, frutos da preservação de atributos antigos ou da construção de atributos novos, fundamentais para a atração desses fluxos, e que compõem o escopo de alguns dos projetos urbanísticos locais. Supõe-se que seja desta forma que a territorialização do turismo se faz mais presente, ao construir marcos territoriais, referenciais simbólicos e materiais da presença de uma atividade catalisadora dos investimentos sociais (p. 41).

O autor pondera, desse modo, sobre como esse processo se relaciona à valorização estética dos lugares e de como isso pode trazer interferências no próprio modo de ver os lugares por seus habitantes, trazendo apoio à interpretação dos impactos do turismo.

Na medida em que também expõe a sua preocupação com tais intervenções e pensa a atividade turística de modo holístico e multidisciplinar, Jafar Jafari (1994) avança para interrogações no plano da sustentabilidade, tônica de muitos debates contraditórios. Para a OMT (1994), a sustentabilidade pode ser definida pela busca do desenvolvimento sem degradação e sem destruição de recursos, baseando-se

tanto em elementos ecológicos, quanto em outros de caráter sociocultural ou econômico, ou como registra Dourojeanni (1997):

el mismo término ‘sustentabilidad’ es abiguo. Este vocablo se aplica a la producción, la ecología, la economía, el medio ambiente, la sociedad o el desarrollo. Tiene esencialmente una connotación de renovación continua en el tiempo o posibilidad de reutilización de los recursos por parte de las generaciones futuras. El logro de la sustentabilidad estaría asociado a la búsqueda de satisfacción de las necesidades del hombre en el presente, sin comprometer sus necesidades futuras (p. 7).

Nessa direção, o turismo que se pretende sustentável provoca aflições e deveria suscitar ações em relação ao meio ambiente⁶, não só quanto ao aspecto ecológico e à conservação dos recursos naturais, mas também em relação aos efeitos socioculturais resultantes da produtividade e da competitividade dos bens e serviços turísticos.

Para Dourojeanni (1997), os obstáculos desse sistema estariam postos em três dimensões: no plano conceitual (na medida em que não existe consenso sobre o significado do que vem a ser sustentabilidade, motivo pelo qual o autor propõe que cada região decida antes, por processo participativo, o que venha a significar o termo para os seus agentes), no plano teórico (uma vez que faltam indicadores que meçam com precisão o desenvolvimento sustentável) e no plano prático (em relação às ações efetivamente implementadas no sentido da preservação ambiental).

Rodrigues (2000) pondera, ademais, sobre a contradição presente entre “desenvolvimento” e “sustentabilidade”.

Desenvolver é uma meta que implica – no mundo moderno e no pós-moderno – a produção de mais e mais mercadorias. [...] Esse desenvolvimento contínuo é insustentável, tanto pela rapidez com que os processos produtivos têm-se transformado, como pela forma como a natureza é encarada: como uma nova mercadoria [...]. Sustentabilidade significa manutenção das condições – o que [...] não tem sido viável num sistema de produção contínua de novas mercadorias [...]. A atividade turística é, em sua própria essência, incompatível com uma ideia de desenvolvimento

⁶ Ruschmann (2002) apresenta a definição de Holder (1991) para meio ambiente, como o conjunto que compreende a biosfera (rochas, água e ar que envolvem a terra), bem como os ecossistemas responsáveis pela manutenção desses elementos. Esses ecossistemas seriam formados “por comunidades de indivíduos de diferentes populações (bióticos) que vivem em uma área, juntamente com seu meio não vivente (abiótico), e se caracterizam por suas inter-relações, sejam elas simples ou complexas” (p. 105).

sustentável. A atividade turística não é compatível sequer com a noção de desenvolvimento auto-sustentado, porque dirige o consumo aos lugares “exóticos”, transformando-os para serem “comercializáveis”, nos padrões de “conforto e qualidade de vida do mundo moderno”, retirando, portanto, em curto espaço de tempo, o caráter exótico desses lugares [...]. Trata-se, enfim, de ter a paisagem para ver e não para ser (p. 177; 181; 188).

Randolph e Araújo (2007) lembram, além disso, o quanto a produção das cidades, como formas de urbanização, atende à lógica do consumo de quantas mercadorias (bens, serviços e paisagens) o turismo for capaz de criar. O turismo age, portanto, no espírito de estimular a urbanização intimamente ligada ao consumo do próprio espaço, que deixa de ter valor de uso para ter valor de troca, fundamento também defendido por Limonad (2007).

Alguns casos merecem destaque na relação “crescer-desenvolver-sustentar”, como aponta, por exemplo, Fuentes (2001), no caso do Caribe mexicano, notadamente o de Cancun, e Limonad (2007), no caso do nordeste brasileiro.

Analisando a dinâmica dos fluxos turísticos mundiais na era da globalização, Silveira e Ribeiro (2014) nos ajudam a esclarecer a mudança de paradigma do turismo em sua crescente (ainda que tímida) democratização, estimulado pelo marketing dos lugares e reafirmado pela busca de prazer através da coleção de paisagens, enriquecimento sociocultural e o que mais desejar satisfazer o viajante.

Assim, Marafon e Ribeiro (2005) podem servir de exemplo à reflexão sobre os modos de interferência positiva do turismo, ao destacarem o turismo rural em face da pluriatividade como “estratégia de sobrevivência no meio rural”, podendo se transformar, efetivamente, em uma opção de renda ao produtor rural.

Para Etges (1998), de fato, “esta atividade econômica pode ajudar a manter o produtor no campo, gerar novos empregos e renda, e, se há instalação de rotas turísticas, as possibilidades de sucesso do empreendimento são grandes” (p.196). Nas palavras da autora, entretanto, o comprometimento da comunidade é um pressuposto para que o sucesso ocorra, cabendo ao poder público municipal o apoio na estrutura, sinalização e divulgação.

Trazendo a Geografia para contribuir com os modos de avançar sobre essa plataforma, Ribeiro (2003) traz à tona, no caso do território fluminense, os elementos da diversidade topográfica e do clima somados à riqueza histórico-cultural para observar as diferentes manifestações e possibilidades do turismo.

Nessa perspectiva, o autor salienta a importância das bases geográficas para a atividade turística, quer seja pelo elemento físico ou natural, pelo elemento histórico e as atividades econômicas, e pelo papel dos transportes, condicionantes que se relacionam de modo estreito e, juntas, irão influenciar profundamente o turismo no estado.

A partir da consideração de elementos chave e fundamentado por tais condicionantes, Ribeiro (2003) propõe, exemplarmente, uma tipologia para o turismo fluminense que se mostra híbrida, dinâmica. Talvez esteja mais preocupado, o autor, em nos apresentar as múltiplas oportunidades que o turismo tem de espalhar as possibilidades econômicas e socioculturais para o interior, a partir da ação pública e privada coerente.

Ao final, restaria, conforme Irving (2002), a exigência de que “princípios e valores éticos” passem a ser incorporados ao desenvolvimento do turismo para torná-lo sustentável, “uma nova forma de pensar a democratização de oportunidades e benefícios, e um novo modelo de implementação de projetos, centrado em parceria, corresponsabilidade e participação” (p. 17).

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria Geralda de. Paisagens culturais e patrimônio cultural: contribuições introdutórias para reflexões. In: Maneiras de ler: Geografia e cultura, pp. 186-94. Porto Alegre: Imprensa Livre - Compasso Lugar Cultura, 2013.

ALVES JÚNIOR, Nilo. As peculiaridades do Turismo religioso e a peregrinação: universo humano fundamentado no turismo. In: Turismo religioso: caminhos da fé. Fortaleza: SENAC, 2003.

AMBRÓZIO, Júlio. Viagem, Turismo, Vilegiatura. GEOUSP – Espaço e Tempo, nº 18, pp. 105-113. São Paulo, 2005.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. (org.). Teoria geral do turismo. In: ANSARAH, Maria Gomes dos Reis. Turismo: como aprender, como ensinar. Volume II. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

- ARAÚJO, Silvana Miceli de. Artificio e autenticidade: o turismo como experiência antropológica. In: BANDUCCI JR., Álvaro & BARRETTO, Margarita (orgs). Turismo e identidade local: uma visão antropológica. Campinas, São Paulo: Papirus, 2001. (Coleção Turismo)
- BANDUCCI JR., Álvaro e BARRETTO, Margarita (orgs). Turismo e identidade local: uma visão antropológica. Campinas, São Paulo: Papirus, 2001. (Coleção Turismo)
- BARBOSA, Ycarim Melgaço. História das viagens e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002. (Coleção ABC do Turismo)
- BARRETTO, Margarita. Manual de iniciação ao estudo do turismo. Campinas, São Paulo: Papirus, 1995. (Coleção Turismo)
- _____. Turismo e legado cultural. Campinas, SP: Papirus, 2000. Coleção Turismo.
- BENI Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.
- BAUDRILLARD, J. A sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BOORSTIN, Daniel J. The Image: a guide to pseudo-events in America. Nova York: First Vintage Books [1ª ed., 1961], 1992
- BURNS, Peter M. Turismo e Antropologia: uma introdução. São Paulo: Chronos, 2002. (Coleção Tours)
- CAMARGO, Haroldo L. Fundamentos multidisciplinares do turismo: História. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Turismo: como aprender, como ensinar. Volume I. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.
- CLAVAL, Paul. Viajar. In: Terra dos Homens: a Geografia. Editora Contexto, 2010.
- COOPER, Chris; SHEPHERD, Rebecca e WERTLAKE, John. Educando os educadores em turismo: manual de educação em turismo e hospitalidade. São Paulo: Roca, 2001. (Coleção de Treinamento e Educação em Turismo da Organização Mundial de Turismo)
- COSTA, Otávio José Lemos. A festa do Senhor do Bonfim em Icó – CE: uma proposta de turismo religioso. In: Da cidade ao campo: a diversidade do saber-fazer turístico, v.2, pp.180-87. Fortaleza: UECE, 1998.
- DOUROJEANNI, Axel. Procedimientos de gestión para um desarrollo sustentable (aplicables a municipios, microrregiones y cuencas). Naciones Unidas, Comisión Económica para América latina y el Caribe: Santiago de Chile, 1997.
- DUMAZEDIER, Joffre. Sociologia empírica do lazer. São Paulo: Perspectiva: SESC, 1999. (Debates)
- ETGES, Virginia Elisabeta. Turismo Rural: uma alternativa de desenvolvimento para comunidades rurais. In: Da cidade ao campo: a diversidade do saber-fazer turístico. V.2, pp. 188-99. Fortaleza: UECE, 1998.
- FALEIROS, M. I. L. Repensando o lazer. In: Perspectivas, n. 3. São Paulo, 1980.
- FERRAZ, Joandre Antonio. Fundamentos multidisciplinares do turismo: direito e legislação turística. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Turismo: como aprender, como ensinar. Volume I. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.
- FIGUEIREDO, Lauro César. Novos olhares sobre a dimensão geográfica da cultura: o patrimônio cultural. In: Maneiras de ler: Geografia e cultura, pp. 206-19. Porto Alegre: Imprensa Livre: Compasso Lugar Cultura. 2013.
- FUENTES, Ana Gracia de. Cancún: las sombras del paraíso. Uruguai. Revista GeoUruguay, n.5 (Mimeo). Setembro, 2001.
- GIANNOTTI, José Arthur. Marx: vida e obra. Porto Alegre: L&PM, 2000. (Coleção L&PM Pocket Filosofia)

GÓIS, Marcos Paulo Ferreira de. Territórios do Turismo? In: A territorialização do turismo em Angra dos Reis – RJ. Monografia. Curso de Especialização em Políticas Territoriais. Instituto de Geografia. Rio de Janeiro: UERJ, 2009.

IRVING, Marta de Azevedo. Turismo, ética e educação ambiental: novos paradigmas em planejamento. In: IRVING, Maria de Azevedo e AZEVEDO, Julia. Turismo: o desafio da sustentabilidade. São Paulo: Futura, 2002.

_____. Ecoturismo em áreas protegidas: da natureza ao fenômeno social. In: Trilhas do Ecoturismo, pp. 3-15. São Carlos: RiMa, 2008.

JAFARI, J. La científización del turismo. Estudios y Perspectivas en Turismo 3 (1), 1994.

JAPIASSÚ, Hilton e MARCONDES, Danilo. Dicionário básico de filosofia. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996.

LABATE, Beatriz Caiuby. A experiência do “viajante-turista” na contemporaneidade. In: SERRANO, Célia, BRUHNS, Heloisa Turini e LUCHIARI, Maria Tereza (orgs.). Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas, SP: Papirus, 2000. (Coleção Turismo)

LAGE, Beatriz Helena Gelas e MILONE, Paulo César (orgs.). Fundamentos econômicos do turismo. In: LAGE, Beatriz Helena Gelas e MILONE, Paulo César (orgs.). Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000. São Paulo: Atlas, 2000.

LIMONAD, Ester. Yes, nós temos bananas! Praias, condomínios fechados, resorts e problemas socioambientais. Geographia. Ano 9, n. 17, pp. 163-88. Niterói, RJ: UFF, 2007.

LOBATO, Alessandra Silva. Turismo, patrimônio cultural e produção do espaço: uma análise do centro histórico da cidade de Bragança – Pará. 2015. (Em publicação).

MacCANNEL, Dean. The tourist: a new theory of leisure class. Nova York: Schocken Books, 1976.

MARAFON, Gláucio José; RIBEIRO, Miguel Ângelo. Agricultura familiar, pluriatividade e turismo rural: reflexões a partir do território fluminense. Revista Brasileira de Geografia, vol. 59, n. 2, pp. 83-97, Rio de Janeiro, jul./dez. 2005.

SANTOS, Milton. A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Editora Hucitec, 1996.

SELWYN, Tom. The tourist image: myths and myth making in tourism. London: Wiley, 1996.

MOLINA, Sergio e RODRIGUEZ, Sergio. Planejamento integral do turismo: um enfoque para a América Latina. Bauru, SP: EDUSC, 2001. (Coleção Turis)

OMT – Organização Mundial do Turismo. Desenvolvimento de turismo sustentável: manual para organizadores locais. Publicação de Turismo e Ambiente. OMT-WTO-BTO, Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo, Secretaria de Turismo e Serviços, Embratur. Brasília: Embratur, 1994.

_____. Introdução ao turismo. São Paulo: Roca, 2001.

PADILHA, Valquíria. Tempo livre e capitalismo: um par imperfeito. Campinas, SP: Editora Alínea, 2000.

PAES-LUCHIARI, Maria Tereza de. Centro Histórico: Mercantilização e Territorialidades do Patrimônio Cultural Urbano. Geographia, ano 7, n. 14. Niterói/RJ, UFF, 2005.

PIRES, Mário Jorge. Raízes do turismo no Brasil. São Paulo: Manole, 2002.

- RANDOLPH, Rainer; ARAÚJO, Ana Paula da Silva de. Urbanização e Turismo na área perimetropolitana do Rio de Janeiro: a influência de projetos imobiliários em Cabo Frio – RJ. *Geographia*. Ano 9, n. 17, pp. 149-68. Niterói – RJ: UFF, 2007.
- REJOWSKI, Mirian. Agência de viagem. In: ANSARAH, Maria Gomes dos Reis. Turismo: como aprender, como ensinar. Volume II. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.
- RIBEIRO, Alexandre Bernardes; SILVA, Paulo Sérgio da. Ensaio sobre as novas tipologias no rural brasileiro: o turismo rural no contexto da pluriatividade. Disponível em: revista@rosana.unesp.br.
- RIBEIRO, Miguel Ângelo. Turismo no Estado do Rio de Janeiro: ensaio de uma tipologia. *Geographia*. Ano 5, n. 10, pp. 79-91. UFF, 2003.
- RODRIGUES, Adyr A. Balastrieri. Geografia e Turismo: notas introdutórias. Revista do Departamento de Geografia, v.6. SP: Universidade de São Paulo – USP, 1992.
- _____. Turismo Rural: práticas e perspectivas. São Paulo: Contexto, 2003. Coleção Turismo Contexto.
- RODRIGUES, Arlete Moysés. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: SERRANO, Célia, BRUHNS, Heloisa Turini e LUCHIARI, Maria Tereza (orgs.). Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas, SP: Papirus, 2000. (Coleção Turismo)
- RUSCHMANN, Doris. Turismo no Brasil: análise e tendências. São Paulo: Manole, 2002.
- SANTANA, Paola Verri de. Ecoturismo: uma indústria sem chaminé? São Paulo: FFLCH/Labur edições, 2008 (Mimeo).
- SANTOS, Maria da Graça. A mobilidade religiosa em transformação: o turismo religioso. Portugal: Editora Princípiã, 2006.
- SERRA, Débora Rodrigues de Oliveira. Turismo religioso, território e territorialidades: o Círio de Nazaré em Belém – PA. *Geo UERJ* - Ano 15, n. 24, v. 1, 2013.
- SERRANO, Célia. Poéticas e políticas das viagens. In: SERRANO, Célia, BRUHNS, Heloisa Turini e LUCHIARI, Maria Tereza (orgs.). Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas, SP: Papirus, 2000. (Coleção Turismo)
- SILVA, Gustavo Junger da. O Turismo Histórico como vetor de desenvolvimento sócio-econômico em Paraty: estratégias, limitações e reflexões no urbano. Revisitando o território fluminense II. Rio de Janeiro: Gramma, 2008, pp. 263-85.
- SILVEIRA, Leandro A. da; RIBEIRO, Miguel Ângelo. Fluxos turísticos mundiais na era da globalização: indicadores de uma transição hegemônica? (Mimeo)
- SMITH, V. response to Bash, D. Tourism as an Anthropological Subject. *Current Anthropology*, 22 (5), 1981.
- THEOBALD, Willian et al. *Global Tourism. The next decade*. Oxford: BH, 1997.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Turismo e qualidade: tendências contemporâneas. Campinas, SP: Papirus, 1993. (Coleção Turismo)
- YÁZIGI, Eduardo. A conceituação de patrimônio ambiental urbano em países emergentes. *GeoINova*. Revista do Departamento de Geografia e Planejamento Regional, n. 12, pp. 65-81, 2006.