

O fantástico incremento do fenômeno turístico nos últimos trinta anos, notadamente do turismo de massa, tem despertado o interesse do seu estudo tanto em nível teórico, nas chamadas Ciências Sociais, como nas Ciências Aplicadas, em setores do planejamento, do marketing e da publicidade.

Seguindo a mesma tendência multiplicam-se os cursos destinados à formação de bacharéis em turismo, os cursos de especialização, os eventos – congressos, simpósios, seminários. Observa-se um crescimento no mercado editorial de livros e as publicações em periódicos especializados. Para o grande público diversificam-se as revistas editadas pelas companhias aéreas e outras empresas, os suplementos turísticos nos principais jornais, os folhetos promocionais, alguns com edição de alto padrão de qualidade gráfica. No âmbito mercadológico aumenta o número das operadoras e das agências de viagem com ofertas fantásticas e tentadoras, atraindo consumidores de diversos segmentos sociais, colocando a viagem ao alcance de todos.

Ouve-se com frequência a afirmação de que o turismo hoje representa o terceiro produto do comércio internacional, colocando-se após o petróleo e os armamentos. Parece que entramos na era da civilização do lazer e, por extensão do turismo, como preconizara Jofre DUMAZEDIER, no início dos anos 60, na sua obra *Vers une civilisation du loisir* (1962). Mas pode-se recuar mais no tempo e deter-se no panfleto de Paul LAFARGUE – *O Direito à Preguiça* (1980) – lançado em 1883, onde ele condenava ferrenhamente a labuta excessiva, enfatizando que o proletariado estava embrutecido pelo dogma do trabalho difundido pela ideologia burguesa. Para Lafargue bastaria que o homem trabalhasse apenas 3 horas por dia para sua manutenção, "só festejando pelo resto do dia e da noite" (p.29).

Um século transcorreu-se e, embora longe de se atingir o patamar defendido por Lafargue, a diminuição da jornada de trabalho – diária, semanal e anual – aliada a outras conquistas sociais da classe trabalhadora ampliaram sobremaneira o tempo livre, o que se refletiu diretamente na multiplicação e diversificação das atividades de recreação e, por extensão, do turismo de massa. As razões dessa expansão são complexas e derivam de fatores que atuam não de forma linear, mas de maneira interativa no processo global, situando-se nos campos econômico, social, psicológico, político, cultural, ideológico, além de outros.

Indubitavelmente foi introjetada na mente dos indivíduos uma nova necessidade – a do lazer, "lato-sensu" e da recreação, esportes e turismo, no sentido mais restrito. Expressão desta ideologia é a apologia da viagem turística como uma necessidade. Abrahan MASLOW, já no início da década de 40, no seu artigo – *A Theory of Human Motivation*, publicado na *Psychological Review* (1943) aponta a viagem turística como uma das necessidades do homem, fundamental para a sua auto-preservação e para o reconhecimento e admiração do grupo social no qual está inserido.

A condenação de dispendiar o tempo livre em pura contemplação se fundamenta no mesmo princípio, defendido pela ideologia capitalista de que "tempo é dinheiro". No Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa, conhecido popularmente como Aurélio, "ociosidade" é definida como o "vício de gastar o tempo inutilmente". Difunde-se de certa forma a obrigação do preenchimento do tempo livre com atividades que acabam se incorporando às novas necessidades do homem, criadas

---

(\*) Professora Assistente-Doutora do Dep. de Geografia da FFLCH – USP

pela sociedade de consumo de massa, fenômeno magistralmente abordado por Jean BAUDRILLARD (1991), na sua clássica obra *La société de consommation*. D.PARTZSCH, citado por Karl RUPPERT (1978), em trabalho realizado em 1964, aponta a recreação como uma das sete funções essenciais da existência, compreendidas por habitar, trabalhar, manter-se, instruir-se, deslocar-se e viver em comunidade – todas elas, segundo o autor, com importantes repercussões espaciais. Com base neste trabalho é que Karl RUPPERT (1978) apresenta um esquema procurando ilustrar o sistema espacial da Geografia Social cujo modelo se fundamenta em mecanismos perceptivos para explicar o comportamento ambiental.

A recreação e, em particular, a viagem, é incorporada como uma necessidade fisiológica para a reposição de energias físicas e mentais. Há quem diga que ao "homo sapiens" sucede o "homo turisticus", um produto da sociedade de consumo. O indivíduo que viaja está *in*, enquanto aquele que não viaja está *out*. A viagem tornou-se uma obrigação, e nos dias atuais, com o incremento do turismo de massa e do turismo social, subsidiado em alguns países, quase todas as camadas sociais da população têm acesso à viagem. Os sofisticados cruzeiros de volta ao mundo e as exóticas viagens – supresa são usufruídos pelos que se encontram no ápice da pirâmide social.

O domingo na praia ou em alguma estação de montanha através do ônibus de excursão é prazerosamente desfrutado pelas camadas socialmente menos favorecidas da população, vulgarmente e pejorativamente conhecida entre nós como "farofeiros".

### O interesse do fenômeno turístico na Geografia

Tendo em vista as incidências espaciais do turismo, o tratamento geográfico do fenômeno vem se tornando cada vez mais destacado. Curiosamente, um dos trabalhos mais antigos onde foi usada a expressão Geografia do Turismo, data já de 1905, escrito na cidade austríaca de Graz, por J. STRADNER, citado por A. L. GOMEZ (1988, p. 46), que assinala: "Stradner (1905) fue el introductor en la bibliografía germana especializada del término geografía del turismo (Fremdenverkehrers geographie), el cual, desde entonces, ha servido para

designar a la rama de nuestra disciplina que se ha ocupado de analizar de una manera particular ciertos impactos producidos por lo que de una manera amplia pudiéramos llamar el fenómeno del ocio" Não se deve, entretanto, confundir turismo e ócio, uma vez que o conceito de ócio é muito mais amplo que o de turismo.

O estudo do turismo no âmbito da Geografia acentua-se a partir da década de 60, respondendo ao acelerado desenvolvimento do fenômeno, ligado à prosperidade econômica que marcou o período de pós-guerra nos países centrais do capitalismo. Um extenso inventário sobre a produção da Geografia do Turismo foi realizada por Alberto Luis GOMES (1988 b), onde a Espanha figura com destaque, seguida pela Alemanha.

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, conforme assinala P. de GROOTE (1983). Além desses podemos acrescentar ainda os aspectos políticos, culturais e ecológicos, dentre outros.

Apesar de transcorridas já três décadas da realização de pesquisas, publicação de trabalhos e organização de eventos científicos dentre os quais destacam-se aqueles promovidos pela UGI (UNIÃO GEOGRÁFICA INTERNACIONAL), a chamada Geografia do Turismo necessita aprofundar suas bases teórico-metodológicas.

Tendências científicas recentes que enfatizam o tratamento holístico dos fenômenos, procurando eliminar as fronteiras rígidas entre os ramos do conhecimento, tornam cada vez mais delicada a tarefa do geógrafo quando preocupado com a delimitação do campo abrangido por um determinado fenômeno, tendo em vista a sistematização do conhecimento científico. Neste sentido, a tentativa de definir o objeto e o campo específicos da chamada Geografia do Turismo parece inoportuna, correndo-se o risco de retroceder e caminhar em sentido contrário ao avanço epistemológico da Geografia, que ainda hoje não logrou libertar-se do ranço positivista.

Consultando a produção científica da Geografia nas duas últimas décadas, em nível internacional, os trabalhos

publicados interessando aos estudos de turismo(\*\*) surpreendem pela sua morosidade em acompanhar a evolução do pensamento geográfico. Como assinala A. Luis GOMEZ (1988, p. 45) os próprios autores manifestam um sentimento de insatisfação frente às pesquisas empreendidas, queixando-se da falta de uma base teórica mais profunda e contextualizada no âmbito das Ciências Sociais, em particular na Psicologia e na Antropologia Social.

Na sua esmagadora maioria os trabalhos podem ser rotulados como pertencentes à Geografia Tradicional, avançando, no máximo, até a fase neo-positivista. Dentre estes destacamos o estudo de Jean Marie MIOSSEC (1977), onde apresenta modelos teóricos de espaços turísticos e o de Douglas G. PEARCE (1981), com a proposta de um esquema teórico de fluxos turísticos, aplicado a Christchurch (Nova Zelândia). Não raro encontramos propostas fundamentadas na teoria geral dos sistemas. Esta ótica marca sobremaneira as pesquisas na Europa de Leste, na URSS e nos países anglo-saxões.

Representando as tendências da chamada Geografia Crítica há que destacar as pesquisas de Remi KNAFOU, aplicadas aos Alpes Franceses (1979 e 1988) e Juan-Eugeni SANCHES (1985), que apresenta uma proposta metodológica para o estudo do turismo do litoral fundamentada em princípios marxistas.

Encontramos também interessantes trabalhos baseados na percepção espacial explorando o imaginário, como o artigo clássico de Jean Marie MIOSSEC (1977) onde sugere uma tipologia de imagens turísticas. Seguindo esta ótica ressaltamos a publicação de Magda F. MUSCARA, como terceiro capítulo do livro *Gli Spazi del Turismo* (1983), onde a autora estuda a imagem turística e a percepção do espaço de consumo do turista. Na mesma linha Jean-Didier URBAIN (1983) analisa folhetos turísticos da Tunísia, explorando os elementos icônicos e o discurso, procurando passar uma mensagem que visa sensibilizar o turista no que ele tem de mais profundo – nos seus valores, nas suas motivações, nas suas expectativas em relação à viagem empreendida.

Dentre as preocupações mais recentes há uma volumosa produção em curso gerada pela onda ecológica, sob o rótulo de Ecoturismo. Destacamos os trabalhos de Elizabeth Boo – *Ecotourism: The potentials and pitfalls*,

(1990) em dois volumes, lançados em Washington. Aliás, nos países anglo-saxônicos a preocupação ecológica já é antiga, expressa por um significativo número de publicações, em particular sobre a necessidade de preservação ambiental, divulgando estudos sobre parques nacionais e reservas ecológicas dos Estados Unidos e do Canadá.

### Complexidade do espaço turístico

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

A dificuldade para definir-se o espaço turístico está basicamente em captar o peso ou a força que esta atividade exerce na produção do espaço. Distinguem-se facilmente os espaços de vocação turística, como os parques nacionais, onde apesar do turismo ser uma atividade intensamente explorada, não foi esta que os produziram. Por outro lado encontram-se espaços produzidos pelo turismo e para o turismo, apesar da ausência de quase todos os fatores apontados como favoráveis para a produção do espaço turístico. Las Vegas é um excelente exemplo. Localiza-se em pleno deserto de Nevada, cujo índice pluviométrico pouco ultrapassa 100mm anuais, distante mais de 500km de Los Angeles e quase 1.000km de São Francisco, dois grandes centros urbanos da Califórnia que, além de se comportarem como pólos emissores, funcionam também na captação e na distribuição da demanda turística de Las Vegas, proveniente do mundo todo.

Entre estes dois tipos de espaços turísticos contrastantes – os grandes redutos de espaços ditos naturais e os grandes centros turísticos produzidos pela ação do homem – há uma variedade muito grande. Jean Marie MIOSSEC (1977), em trabalho já citado,

(\*\*) Trabalhos recentes de amplas referências bibliográficas sobre a Geografia do ócio, do Lazer, da Recreação ou do Turismo foram publicados por Alberto Luis GOMEZ (1987 e 1988 a & b)

preocupou-se em criar modelos teóricos com a finalidade de captar as fases evolutivas da produção do espaço turístico. Todavia, como toda proposta teórica baseada em modelos, o trabalho deve ser analisado com precaução, uma vez que dificilmente a realidade é captada e reproduzida através de modelos. Nem todos os espaços turísticos passam por fases que vão, inicialmente, das primeiras atividades turísticas implantadas no território até a saturação do espaço pelo turismo, como propõe MIOSSEC.

Atualmente, com a explosão do fenômeno, multiplicam-se os núcleos turísticos concebidos artificialmente desde a sua origem, sendo dotados de todos os elementos que compõem o espaço turístico. É o caso das chamadas estações integradas de esqui dos Alpes Franceses, criadas sob o rigoroso planejamento do Service d'Étude et Aménagement Touristique de la Montagne (SEATM), implantadas por sociedades de economia mista. Las Leñas, sofisticada estação de esqui na Cordilheira dos Andes mendocina (Departamento de Malargue), produto da ação de empresas privadas é um exemplo recente. Guardadas as devidas proporções corresponde à Las Vegas latino-americana, estando localizada numa região desértica e distante de centros urbanos de destaque, confinando os turistas num reduzido território. Operações de grande envergadura têm-se produzido no litoral da França, tanto na costa atlântica da Aquitânia, como na costa mediterrânea da Provence-Languedoc. Nesta implantou-se uma série de estações balneárias através da intervenção de sociedades de economia mista submetidas ao Plan Languedoc – Roussillon, destacando-se as cidades de La Grande-Motte e Cap d'Agde, dentre outras. Um exemplo latino-americano sob iniciativa estatal foi a construção do balneário de Cancun, no México, controlado pelo Fondo National de Fomento ao Turismo, financiado pelos setores público e privado e pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento.

O espaço turístico, como todo espaço geográfico, não pode ser definido por fronteiras euclidianas, mesmo porque pelo menos um dos seus elementos básicos lhe é exterior – a demanda. Embora sem fronteiras definidas a partir de alguns componentes dito abstratos porque são difíceis de serem avaliados, tais como a fluidez do capital financeiro ou a influência da mídia na sua composição imagética, não se pode negar a concretude do espaço

turístico expressa pelo seu território, que, todavia, não representa a totalidade espacial.

Sumariamente os elementos básicos do espaço turístico são: oferta turística, demanda, serviços, transportes, infra-estrutura, poder de decisão e de informação, sistema de promoção e de comercialização. É evidente que estes elementos encontram-se em ação e interação recíprocas, não podendo ser compreendidos separadamente.

#### **A leitura da paisagem no estudo do turismo – uma abordagem centrada no sujeito**

Há pelo menos duas formas de entender o espaço geográfico. A primeira delas, clássica e mais usual é observar sua expressão fisionômica – a paisagem.

Não tão simples como parece, o conceito de paisagem pode se revestir de diversas conotações como assinala Joan Nogué IFONT (1989). Todas as definições de paisagem partem do ponto de vista de quem a contempla e a analisa, como se a paisagem não existisse sem alguém que a observasse. Desde que o observador é um sujeito, o conceito de paisagem é impregnado de conotações culturais e ideológicas. Mesmo que se trate de uma foto e portanto, de um quadro estático, vários elementos podem interferir na captação da imagem, tais como: o ângulo escolhido, a incidência da luz, o jogo de luz e sombra, a distância realçando ou escondendo detalhes.

É comum definir-se paisagem como o quadro abrangido pelo campo visual do observador, confundindo-se frequentemente o ver com o perceber. Segundo H. BARTLEY (1978, p.82) o organismo humano apresenta dez modalidades sensoriais através das quais contacta o mundo externo. São a visão, a audição, o tato, a temperatura, a sinestesia, a dor, o gosto, o olfato, o sentido vestibular e o sentido químico comum. A paisagem contém a energia necessária para estimular as dez modalidades sensoriais que se combinam na percepção. Cada sentido se especializa em captar uma parte da realidade.

O ser humano percebe o mundo simultaneamente através de todos os sentidos. Com a visão enxerga todos

os objetos dentro do campo abrangido pelos olhos. A visão binocular auxilia o homem a ver as coisas nitidamente como corpos tridimensionais. Distingue a forma dos objetos, a ordem em que se sucedem na paisagem, suas cores, seus brilhos e movimentos. Através do deslocamento do observador, usando o sentido sinestético, modificam-se as fronteiras do campo visual, os objetos mudam de direção, um eclipsa o outro, certos detalhes são perdidos, enquanto outros são realçados. A visão é seletiva e reflete a experiência. Assim cada pessoa vê diferentemente de outra, dependendo do direcionamento da sua observação, subordinada aos seus interesses individuais. Neste sentido a visão ultrapassa o aspecto puramente sensorial. O olfato, captando o odor da paisagem, é importante na formação da imagem e na sua memorização. A recordação de imagens da infância não raro vem acompanhada dos seus cheiros. Da mesma forma, os sons são muito importantes para a evocação de uma paisagem. Segundo Yu-Fu TUAN (1980, p. 10) somos mais sensibilizados pelo que ouvimos do que pelo que vemos. O som da chuva batendo contra as folhas, o estrondo do trovão, o assobio do vento, um grito angustiado excitam tão intensamente quanto uma imagem. Por intermédio do tato pode-se perceber a textura das coisas que vemos ao tomar contato com elas. Há dois sentidos de tato – um ativo (tocar) e outro passivo (ser tocado), ambos igualmente importantes para completar a imagem da paisagem. Por exemplo, ao caminhar por uma trilha, pisar no solo, tocar as árvores, roçar as folhas, o caminhante, movido pelo sentido sinestésico, amplia suas sensações, enriquecendo sua experiência com a paisagem.

O sentido vestibular que se localiza na parte auditiva do ouvido interno, captando a sensação de equilíbrio é responsável pela vertigem das alturas quando se observa um precipício. A sensação térmica dada pelo contato do corpo com o sol, com a água, com o ar é muito importante na percepção da paisagem.

Completam a percepção a dor, o gosto e o sentido químico. A dor funciona como proteção do indivíduo; o gosto quando ocorre provar o sabor de uma fruta ou a sensibilidade da água; o sentido químico, ao ter reações alérgicas mediante o contato com alguns vegetais ou animais, dotados de substâncias agressoras ao organismo humano, causando irritações na pele.

A tudo isto acrescenta-se a experiência individual, constituída da bagagem cultural e da história de vida, de pensamentos e sentimentos. Assim ler a paisagem é muito mais complexo do que ver e perceber a paisagem. Envolve uma visão de mundo, consciente e inconsciente, sempre subjetiva e permeada pelo imaginário.

A observação da paisagem assim considerada é de grande importância nos estudos de Geografia do Turismo, uma vez que a paisagem em si é um notável recurso turístico. Tendo em vista que o turista busca na viagem a mudança de ambiente, o rompimento com o cotidiano, a realização pessoal, a concretização de fantasias, a aventura e o inusitado, quanto mais exótica for a paisagem, mais atrativa será para o turista. É baseado neste princípio que se desenvolvem os estudos sobre imagem turística, onde os folhetos publicitários oferecem um rico e interessante material de pesquisa. Procuram explorar as aspirações mais profundas do viajante fazendo a apologia da natureza e do sexo. Alguns resumem esses aspectos na fórmula 4 S: sea, sand, sun e sex – mar, areia, sol e sexo. Em última análise, os promotores de viagem resgatam o imaginário coletivo e vão ao seu encontro através da publicidade.

Concluindo, essa abordagem é centrada no sujeito, tendo em vista que às suas atitudes e valores correspondem a criação, reformulação e exploração do espaço turístico.

### Uma abordagem centrada no espaço

Outro caminho para os estudos de Geografia do Turismo pretende captar a dinâmica do espaço turístico através da abordagem dos processos sociais que o engendraram. Daí decorrem as categorias de análise, segundo M. Santos (1985) que objetivam decompor e recompor a totalidade nas perspectivas sincrônica e diacrônica. De acordo com o autor as categorias: forma, função, estrutura e processo constituem os esteios do método de interpretação do espaço geográfico, no caso, do espaço turístico.

A *forma* refere-se ao aspecto visível – a paisagem. Dentre as categorias de análise espacial é o estudo da forma que pretende expressar a "concretude" do espaço. Face ao exposto anteriormente a abordagem desta

categoria nos estudos de turismo tem uma conotação especial.

O estudo da *função* pretende decompor o espaço turístico nos seus elementos – oferta, demanda, transporte, infra-estrutura, serviços, gestão e marketing – através de uma análise sincrônica, ou seja, captando sua participação na totalidade, num determinado momento ou num lapso de tempo historicamente determinado. Nesta análise é fundamental a captação da *estrutura espacial*, que extrapola o estudo da forma, uma vez que pretende expressar a dependência mútua entre as partes do todo, ou seja, a funcionalidade espacial.

Os estudos clássicos de Geografia de Turismo têm enfatizado sobremaneira esta categoria, principalmente nos trabalhos de planejamento do turismo e nas pesquisas sobre o resultado do "aménagement" do território, em particular na França, onde o enfoque economicista é ainda bastante relevante. Dá-se grande ênfase aos dados estatísticos que relacionam oferta e demanda, procurando sua adequação; tempo de permanência; tempo de deslocamento; rede de circulação interna e externa; ampliação de serviços; densidade de ocupação, dentre outros.

Seria de grande interesse, e já aparecem trabalhos neste sentido, investigar o impacto do turismo sobre as comunidades locais, ou seja, a relação que se estabelece entre a população fixa e a flutuante. Também relevante é avaliar o custo social das obras e da manutenção dos serviços públicos nos núcleos turísticos, o que vem onerar sobremaneira a população local.

Dentre estes estudos citamos os de Remi KNAFOU (1979 e 1989), Pierre PREAU (1982) e Adyr A.B. RODRIGUES (1987, 1988, 1989).

O estudo do processo espacial corresponde a uma categoria de análise diacrônica, objetivando investigar a evolução da estrutura que se metamorfoseia no seu todo ou em suas partes. Procura captar o dinamismo do espaço que pode apresentar fases de estabilidade, de pequenas mudanças ao se reestruturar ou então, passar por completas transformações, produzindo-se novos espaços.

É interessante observar que os espaços turísticos evoluem pelo processo de "ondas" de ocupação que são ditadas pela moda ou produzidas pelo consumo do espaço, levando à sua degradação e, portanto, à destruição dos recursos que os engendraram. Aqui se coloca o problema da segregação espacial da demanda, principalmente nos espaços turísticos do litoral. Os núcleos produzidos, em princípio, baseados em certos parâmetros assentados sobre modismos e veiculados pela mídia, ao longo do processo vão sendo abandonados e substituídos por outros, na medida em que cambiam os valores ou que os espaços se tornam saturados pela ocupação desenfreada. As camadas sociais privilegiadas precedem a ocupação e, como verdadeiras frentes pioneiras, vão se deslocando em busca de novos espaços. Os núcleos anteriores, considerados degradados, perdem o valor de mercado e são ocupados por elementos das camadas sociais menos favorecidas ou por população fixa. Este processo é constatado com bastante nitidez no litoral do Estado de São Paulo, a título de exemplificação.

#### Um caminho para novas reflexões

Diante do exposto julgamos ter enfatizado os pontos em que concentramos nossas atuais preocupações.

Pensamos ter deixado claro que não se trata de defender a Geografia do Turismo como ramo autônomo da ciência geográfica. A preocupação deve estar centrada em desvendar o espaço turístico em suas especificidades.

O enfoque centralizado no sujeito, recorrendo-se à percepção geográfica que remete ao imaginário coletivo busca apoio na Psicologia e na Antropologia Social. Apresenta-se como um caminho fascinante nos estudos geográficos de turismo.

Julgamos também ter evidenciado que o apoio em linhas teórico-metodológicas diversas não se apresenta conflitante. Muito pelo contrário, podem ser complementares, revelando uma realidade muito mais rica. A rigidez teórico-metodológica pode representar um sério cerceamento ao pesquisador e conseqüentemente, um empobrecimento na análise do fenômeno.

### Tendências atuais da Geografia do Turismo no Brasil

As pesquisas geográficas que focalizam o fenômeno turístico no Brasil são ainda escassas quando comparadas à produção dos geógrafos brasileiros em diversas especializações da Geografia, como Urbana, Agrária ou Industrial. Tal fato não é de se estranhar uma vez que a Geografia do Turismo é considerada uma especialização recente da Geografia. Nos países centrais de tradição geográfica, no caso, a França, os trabalhos de Geografia do Turismo começam a se tornar expressivos a partir da década de 60, motivados pelo grande incremento do turismo nos anos de prosperidade econômica que marcam o período pós-guerra. Além da revitalização dos espaços já valorizados pelas atividades de recreação como as tradicionais estâncias termais, as praias e as montanhas, criam-se e diversificam-se novos espaços de lazer e de turismo, motivados prioritariamente pelos interesses econômicos das classes empresariais, indo de encontro às novas aspirações da população que, manipulada pelos meios de comunicação de massa, é levada a consumir o produto turístico como uma mercadoria igual a outra qualquer. Os trabalhos franceses desse período visam estabelecer inventários de base para ações regionais do Estado planejador, que investe maciçamente no turismo de montanha e do litoral, colocando em prática os programas integrados de "aménagement" regional. Somente a partir da década de 70 é que começam a surgir alguns trabalhos sob uma perspectiva crítica, denunciando inclusive os sérios desequilíbrios sociais causados pela implantação maciça de equipamentos turísticos em regiões de economia tradicional, como as estações integradas de esqui nos Alpes.

No Brasil é somente nos anos 70 que se publicam os primeiros estudos geográficos do fenômeno turístico. O primeiro trabalho específico de Geografia do Turismo visando à obtenção de um título acadêmico foi o de Kleber M.B. ASSIS (1976, 289p.) em dois volumes – *O Turismo Interno no Brasil* – Tese apresentada a concurso de livre docência junto ao Departamento de Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (inédito). Trata-se, todavia, de um estudo de cunho descritivo, apresentando uma compilação de dados e um volume muito grande de informações, de caráter muito geral e

carentes de interpretação. Nesta década, como estava em voga a aplicação de métodos quantitativos na geografia muitas pesquisas expressam a preocupação em estabelecer modelos e tipologias de espaços turísticos, como os artigos de Jüergen R. LANGENBUCH – *Apuração e análise do movimento turístico de áreas receptoras a partir de dados de contagem diária de veículos: o caso do litoral paulista* (1976) e *Os municípios turísticos do Estado de São Paulo: determinação e caracterização geral* (1977).

Ainda como expressão desta tendência, no âmbito da Geografia Física, figura a tese de doutoramento de Evandro BARBIERI (1979, 197p.) – *O fato climático nos sistemas territoriais de recreação*, apresentada no Departamento de Geografia da FFLCH/USP, publicado em parte pela Revista Brasileira de Geografia. O autor se utiliza de estudos rítmicos de tempo objetivando "conduzir a bom termo uma análise climatológica aplicável também a um tema sócio-econômico, altamente complexo, como turismo – lazer que, por seu caráter interdisciplinar envolve uma multiplicidade de variáveis, dentre as quais o clima assume um papel significativo" (p. 168). Chega ao estabelecimento de uma tipologia de estados atmosféricos, a nível de tipos de tempo – "Ótimo", "bom", "possível com algumas restrições" e "totalmente restritivos" à prática do turismo balneário, propondo ainda um "calendário climático – turístico anual" para o litoral Este – Sul do Estado de Rio de Janeiro.

Sob a mesma ótica figura a dissertação de mestrado, apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro, de autoria de Maria Dolores BUSS (1981, 215p.) *Classificação ambiental do sul-caterinense para fins turísticos*, cujos principais resultados foram publicados na revista GEOSUL (1987). Os objetivos do trabalho são fundamentalmente técnicos, tendo em vista o planejamento, tais como:

- Identificar ambientes naturais favoráveis à implantação e ao desenvolvimento turístico, através da técnica classificatória aplicada às variáveis naturais.
- Determinar, com base na aplicação da mesma técnica, para o conjunto das variáveis de

infra-estrutura, o nível destes recursos nos ambientes identificados.

- Fornecer subsídios, através do confronto destas duas classificações, à implantação, intensificação e expansão das atividades de turismo nos ambientes classificados, de modo a terem um aproveitamento de seu potencial turístico, adequado à realidade ambiental.

Com objetivo semelhante é o estudo de Maria Hilde B. GÓES sobre o litoral alagoano – *O potencial turístico do litoral alagoano* (1987). Com base nas suas feições geomorfológicas o litoral foi classificado em dez ambientes, através da construção de mapas digitais classificatórios. Esses mapas, segundo a autora, se executados progressivamente e em constante confronto com a realidade ambiental permitem a monitoria da evolução ambiental, prestando-se a subsidiar os estudos de planejamento e avaliação do impacto ambiental. Ressaltamos a contribuição de Odette C.L. SEABRA, através de um artigo na Revista *Cadernos de Lazer 2* (sem data) – *Santos: estação de veraneio*, interessante estudo crítico, onde o lazer é enfocado como mercadoria. A autora enfatiza: "Faz-se necessário ressaltar que numa economia de mercado como por exemplo esta em que se insere o objetivo do nosso estudo, qualquer abordagem do problema que privilegie um enfoque das necessidades está fadado a enveredar por caminhos enganosos, pois o lazer, antes de existir como meio de satisfazer necessidades humanas, como condição necessária à reprodução material da vida, existe como um produto a escoar". Seguindo a linha de reflexão a pesquisadora apresenta sua dissertação de mestrado ao Departamento de Geografia da FFLCH/USP, abordando a produção da segunda residência em Santos – *A muralha que cerca o mar – uma modalidade de uso do solo urbano* (1979) onde analisa o custo social da segunda residência, demonstrando que foi a sociedade que arcou com o ônus dessas imobilizações de capital cujo uso em si é improdutivo.

O trabalho de Cleusa Maria A. SCROFERNEKER, apresentado como dissertação de mestrado ao Programa de Pós-Graduação de Planejamento Urbano e Regional

(PROPUR), da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, *Proposição de uma tipologia turística de um modelo de avaliação qualitativa do espaço turístico* (1983, 98p.) apesar da preocupação expressa no título, avança em interpretações críticas, na medida em que a autora está interessada na segregação espacial dos loteamentos para segunda residência e no papel do Estado ao fazer investimentos públicos em infra-estrutura para servir esses loteamentos.

Na seqüência Adyr A. B. RODRIGUES apresenta uma tese de doutorado ao Departamento de Geografia da FFLCH/USP – *Águas de São Pedro – Estância paulista*. Uma contribuição a Geografia da Recreação (1985), onde através de um estudo de caso procura avaliar o impacto do turismo sobre a comunidade local – *Águas de São Pedro* – uma estância criada artificialmente para exploração das águas minerais, significativo exemplo de espaço produzido pela empresa privada para exploração econômica do turismo termal. Preocupa-se também com a percepção do espaço dos vários grupos que compõem a demanda turística, além de procurar investigar a imagem formada no seio da população local. Em todos os grupos ficou patente o papel dos estereótipos produzidos pela mídia na percepção do espaço turístico.

Na fase atual, face ao grande e avassalador processo de produção e consumo do espaço turístico do litoral brasileiro, está surgindo uma preocupação muito grande com o impacto ambiental do fenômeno, considerando-se o ambiente no sentido amplo, que inclui, no caso, também a avaliação do impacto social do turismo sobre as comunidades locais, em particular, nas comunidades pesqueiras.

Com a introdução de uma disciplina de pós-graduação no Departamento de Geografia da FFLCH, sob o rótulo – *O turismo como fenômeno social e seu papel na organização do espaço* (1987), foram encaminhados alguns trabalhos cujas preocupações estão centralizadas nos seguintes aspectos:

- Avaliação do impacto ambiental do fenômeno turístico, concebendo o meio ambiente em seu sentido amplo, resultante da integração sociedade-natureza.

- Avaliação do custo-benefício da implantação do equipamento turístico, em sentido restrito, ou de grandes projetos turísticos responsáveis por um significativo impacto ambiental, tanto ao nível físico, como social.
- O papel do Estado, em suas várias esferas, no sentido de incentivar e subsidiar projetos e de legislar sobre as chamadas áreas de interesse turístico, visando à proteção do meio ambiente, no que entra em choque com as classes empresariais, resultando na inoperância.
- O papel dos meios de comunicação de massa na criação e comercialização do produto turístico, expresso por imagens estereotipadas, consumidas sem criticismo, sob um processo de mimetismo coletivo.

Recentemente (1989) foi introduzida no currículo de Geografia, no curso de graduação, a disciplina "Geografia do Turismo", cujos objetivos e conteúdos julgamos oportuno transcrever uma vez que trata-se de uma disciplina até então ausente dos currículos dos cursos superiores de Geografia no país.

### OBJETIVOS

- Compreender o turismo como importante fenômeno social do mundo contemporâneo e seu papel na organização do espaço.
- Analisar a formação da demanda turística nos seus aspectos quantitativos e qualitativos.
- Analisar a oferta turística – o papel dos recursos naturais e culturais.
- Compreender os aspectos políticos, culturais, ideológicos e econômicos no planejamento do turismo.
- Observar o impacto da atividade turística sobre o meio-ambiente e as comunidades locais.

### CONTEÚDO

- Aspectos teórico-metodológicos na abordagem do fenômeno turístico.
- O turismo de massa na sociedade contemporânea e seu papel na organização espacial.
- Importância da percepção na valorização do espaço turístico. A paisagem como recurso turístico.
- Oferta e demanda do turismo.
- Características dos fluxos turísticos.
- Custos e benefícios da atividade turística.
- Política, legislação e estratégias do planejamento turísticos.
- Impacto ambiental do turismo.
- O turismo ecológico.

No presente, vários trabalhos encontram-se em andamento, desenvolvidos pelos alunos de graduação como tarefa do TGI (Trabalho Individual de Graduação). Também no curso de pós-graduação diversas pesquisas em curso visam à dissertação de mestrado e à tese de doutorado, o que significa, dentro em breve, um efeito multiplicador dos estudos de Geografia do Turismo no Brasil.

### RESUMÉ

De nos jours le tourisme est devenu un élément aussi important que d'autres grandes activités humaines comme l'industrie ou le commerce.

Depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale l'expansion du tourisme intéresse les sciences humaines et retient l'attention du géographe a cause de ses retombées spatiales.

Cet article discute quelques lignes d'approche de la Géographie du Tourisme vis à vis l'évolution de la pensée géographique depuis les années soixante, en particulier, dans la France.

Parmi les lignes de réflexion sur le phénomène du tourisme dans le domaine de la Géographie, l'auteur met en

accent l'approche centralisée sur l'individu, d'un côté et sur l'espace, de l'autre côté. Le travail signale que les plusieurs approches théorique-méthodologiques ne sont pas opposés, mais complémentaires dans l'analyse de la totalité spatiale.

Pour finir l'auteur fait un bref commentaire sur les travaux de la Géographie du Tourisme au Brésil.

## BIBLIOGRAFIA

- ALVAREZ, José R. Díaz - 1988 - *Geografía del Turismo*. Madrid, Editorial Síntesis, 157p.
- BARBAZA, Yvette e BONNEAU, Michel - 1980 - Les travaux français de la Géographie du tourisme et de la récréation. *Recherches Géographiques en France*, 25: 159-162.
- BARBIER, Bernard - 1975 - Aménagement touristique et aménagement regional. Sofia, International Symposium - Tourism - Factor for national and regional development (UGI) (separata).
- BARBIER, Bernard - 1980 - *Por une géographie du tourisme*. Polônia. Universidade de Todshiego, serie 2, vol.22, p. 113-121 (separata).
- BARBIERI, Evandro B. - 1979 - *O fator climático nos sistemas territoriais de recreação*. São Paulo, Universidade de São Paulo, 187p. (Tese de doutoramento apresentada ap Departamento de Geografia da FFLCH da USP).
- BARTLEY, S. Howards - 1978 - *Principios de la percepción*. México, Editorial Trillas, 280p.
- BAUDRILLARD, Jean - 1991 - *A Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro, Edições 70, 213p.
- BERNARDES, Lysia M. C. - 1974 - Deslocamento de lazer para o Litoral Sudeste do Brasil: um inventário preliminar. *Anais do Terceiro Congresso Brasileiro de Geógrafos*, Belém, PA.
- BOO, Elizabeth - 1990 - *Ecotourism. the Potentials and Pitfalls*, vol. 1, Washington, D.C., World Wildlife Fund, 71p.
- BOO, Elizabeth - 1990 - *Ecotourism. the Potentials and Pitfalls*, vol.2, *Country case studies*. Washington, D.C., World Wildlife Fund, 155p.
- BOULLÓN, Roberto C. - 1985 - *Planificación del espacio turístico*. México, Editorial Trillas, 245p.
- BUSS, Maria Dolores - 1987 - Classificação ambiental do Sul Catarinense para fins turísticos, *GEOSUL*, Florianópolis, 3(2): 104-112.
- CAPEL, Horacio - 1973 - Perception del medio y comportamiento geografico. *Revista de Geografía*, Barcelona, 2(1-2): 58-150.
- CAZES, George - 1987 - La géographie du tourisme: réflexion sur les objectifs et les pratiques en France. *Annales de Géographie*, Paris, 96 (537): 595-600.
- CHABOT, Georges - 1970 - A Geografia em face à revolução turística. *Boletim Geográfico*, São Paulo, 29 (215): 38-41, mar/abr.
- CHABOT, Georges e PINGAUD, M. Claude - 1956 - La Géographie de la Récréation. *Comptes Rendus du XVIIIème Congrès International de Géographie*, Rio de Janeiro, 141-145.
- COSTA, Rogerio e GOMES, Paulo Cesar C. - 1988 - O espaço na modernidade. In: *O Espaço em Questão*, São Paulo, Marco Zero, pp. 47-69 (Terra Livre, 5).
- COSTA, Yara Marinho da e RODRIGUES, Adyr a. B. - 1987 - Quelques réflexions à propos de l'espace touristique brésilien. In: *Tourisme et capacité de charge spatiale des pays en voie de développement*. Mulhouse, Université du Haute Alsace, pp. 129-145.
- CRIBIER, Françoise - 1971 - La Géographie de la Récréation en Amérique Anglo-saxone - *Annales de Géographie*, Paris, 442(80): 645-665, nov./dec.
- DALMASSO, Etienne - 1976 - "Le tourisme et son rôle dans l'organisation de l'espace". In: *Les activités tertiaires*, Paris, SEDES, vol. III, pp. 109-128.
- DUMAZEDIER, Jofre - 1972 - *Vers une civilisation du loisir*. Paris, Seuil, 309p.
- FONT, Joan Nogué I. - 1989 - Paisaje y Turismo. *Estudios Turísticos*, Madrid, 103: 35-45.
- FRANÇA, Maria Cecília - 1975 - *Pequenos centros paulistas de função religiosa*. São Paulo, Instituto de Geografia, Universidade de São Paulo, 2 volumes.
- FRANÇA, Maria Cecília - 1979 - Perspectives d'évolution des villes-sanctuaires au Brésil: L'exemple d'Iguapé. *Archives de Sciences Sociales des Religions*, Paris, 47 (1): 81-89.
- GOES, Maria Hilde de B. - 1987 - O potencial turístico do litoral alagoano com base nos seus ambientes naturais costeiros. *Geografia*, Rio Claro, 12(23): 65-91, abril.
- GÓMEZ, Alberto Luis - 1987 - La evolución internacional de la Geografía del Ocio. *Geocrítica*, Barcelona, 69, 54p.
- GÓMEZ, Alberto Luis - 1988a - De la Geografía del Turismo al estudio de las actividades de ocio. Algunos problemas conceptuales. *Estudios Turísticos*, Madrid, 98: 43-58.
- GÓMEZ, Alberto L. 1988b - *Aproximación histórica al estudio de la Geografía del ocio. Guía introductoria*. Barcelona, Anthropós, 380p.

- GROOTE, Patrick – 1983 – The concept of Geography of Tourism. *Revue du Tourisme*, Berne, 3: 2-8, mars.
- GUIDICINI, P. & SAVELLI, A. – 1988 – *Il turismo in una società che cambia*. Milano, MPONS, 264p.
- KNAFOU, Remy – 1979 – L'aménagement du territoire en économie libérale: l'exemple des stations intégrées de sports d'hiver des Alpes françaises. *L'Espace Géographique*, Paris, 8(3): 174-180, juil/sep.
- KNAFOU, Remy – 1989 – L'inégale territorialisation des populations et les conflits d'intérêts dans les espaces touristiques montagnards. In: *Proceedings – Austrian Meeting of the IGU – Commission of Geography of tourism and leisure*. Klagenfurt, Institut für Geographie der Universität für Bildungswissenschaften, p. 11-115.
- LAFARGUE, Paul – 1980 – *O direito à preguiça*. São Paulo, Kairós, Livraria e Ed. Ltda., 54p.
- LANGENBUCH, Juergen R. – 1976 – Apuração e análise do movimento turístico de áreas receptoras a partir de dados de contagem diária de veículos: o caso do litoral paulista. *Revista Brasileira de Geografia*, Rio de Janeiro, 38 (3): 122-185, jul/set.
- LANGENBUCH, Juergen R. – 1977 – Os municípios turísticos do Estado de São Paulo: determinação e caracterização geral. *Geografia*, São Paulo 2(3): 1-49 abr.
- LAVERY, Patrick (org) – 1971 – *Recreational Geography* (Problems in Modern Geography). Vancouver, David e Charles Limited, 335p.
- LOZATO-GIOTART, Jean Pierre – 1987 – *Géographie du Tourisme*. De l'espace regardé à l'espace consommé. Paris, Masson, 190p.
- MASLOW, Abraham – 1943 – A theory of human motivation, *Psychological Review*, 50(4): 370-396.
- MATHIESON, A. e WALL, G. – *Tourism – economic, physical and social impacts*. London, Longman, 1982, 208p.
- MICHAUD, Jean-Lue – 1983 – *Le tourisme face à l'environnement*. Paris, PUF, pp. 77-80.
- MIOSSEC, Jean Marie – 1977 – L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme. *Annales de Géographie*, Paris, 58 (773): 55-68, jan./fev.
- MIOSSEC, Jean Marie – 1977 – Une modèle de l'espace touristique. *L'Espace Géographique*, Paris, 6 (1): 41-48, jan./mars.
- MUSCARÁ, Calogero – 1983 – *Gli Spazi del Turismo*. Bologna, Pátron Editore, 294p.
- OLIVEIRA, Lúvia – 1977 – contribuição dos estudos cognitivos à percepção geográfica. *Geografia*, Rio Claro, 2(3): 61-72, abr.
- PEARCE, Douglas – 1981 – L'espace touristique de la grande ville: éléments de synthèse et application à Christchurch (Nouvelle Zelande). *L'Espace Géographique*, Paris, 10 (3): 161-168, juin/sep.
- PREAU, Pierre – 1982 – Tourisme et urbanisation en montagne: le cas de la Savoie – *Révue de Géographie Alpine*, Grenoble, 70 (1-2): 137-151.
- RELPH, Edward C. – 1979 – As bases fenomenológicas da Geografia. *Geografia*, Rio Claro, 4(7): 1-25, abr.
- REYNAUD, A. (1975) – Elements pour une épistémologie de la géographie du tourisme. Reims, *Travaux de l'Institut de Géographie de Reims*, 23 e 24.
- RODRIGUES, Adyr A. B. – 1985 – *Águas de São Pedro – Estância Paulista. Uma contribuição à Geografia da Recreação*. São Paulo, Universidade de São Paulo, 286 p. (Tese de doutoramento apresentada ao Departamento de Geografia da FFLCH da USP).
- RODRIGUES, Adyr A.B. – 1987 – Águas de São Pedro – mito e realidade. *Boletim de Geografia Teórica*, Rio Claro, 16-17 (31-34): 246-250 (I Encontro de Geógrafos da América Latina).
- RODRIGUES, Adyr A. B. – 1988 – Le tourisme et les problèmes de protection de l'environnement sur le littoral de l'Etat de São Paulo. *Les Cahiers d'Outre – Mer*, Bordeaux, 161 (41): 415-419, octobre-décembre.
- RODRIGUES, Adyr A. B. – 1988 – Urbanisation et tourisme de proximité. L'exemple de l'agglomération de São Paulo. *Les Cahiers d'Outre-Mer*, Bordeaux, 161 (41): 409-414, octobre-décembre.
- RODRIGUES, Adyr A. B. – 1989 – L'impact socio-cultural du tourisme dans une station thermale au Brésil. In: *Proceedings – Austrian Meeting of the IGU – Commission of Geography of Tourism and Leisure*. Klagenfurt, pp. 165-170.
- RODRIGUES, Adyr A. B. – 1989 – Tempo livre como objeto de consumo e lazer dirigido como oportunidade de manipulação. *Boletim Paulista de Geografia*. São Paulo, 67: 17-26. 1o semestre.
- RODRIGUES, Adyr A. B. – 1989 – Turismo e segregação espacial no litoral norte do Estado de São Paulo, nos *Anais da VI Jornadas Cuyanas de Geografia*, Mendoza, pp. 18-19.
- RODRIGUES, Adyr A. B. – 1991 – Enfoque geográfico do espaço turístico. Algumas reflexões. In: *Memória del III Encuentro de Geógrafos da América Latina*. Toluca. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. UAEM. Tomo I. pp. 75-87.
- RUBIO, Manuel Valenzuela – 1986 – Turismo y Territorio. *Estudios Turísticos*, Madrid, 90: 47-56.
- RUPPERT, Karl – 1978 – Mise au point sur une Géographie Generale des loisirs. *L'Espace Géographique*, Paris 7(3): 187-193, jui/sep.
- SANCHEZ, J. E. – 1985 – Por una Geografía del turismo de litoral. *Estudios territoriales*. Madrid, 17: 103-122.
- SANTOS, Milton – 1985 – *Espaço e Método*, São Paulo, Nekele, 88p.
- SANTOS, Milton – 1988 – O espaço geográfico como categoria filosófica. In: *O Espaço em questão*, São Paulo, Marco Zero, pp. 21-45 (Terra Livre, 5).
- SCROFERNEKER, Cleusa Maria A. – 1983 – *Proposição de uma tipologia turística e de um modelo de avaliação qualitativa do espaço turístico*. Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 98 p. (dissertação de mestrado apresentada ao PROPUR – UFRGS).

- SEABRA, Odette C. L. – 1976 – *A muralha que cerca o mar*. São Paulo, 122p. (dissertação de mestrado apresentada à FFLCH da Universidade de São Paulo).
- SEABRA, Odette C. L. – sem data – Santos: estação de veraneio. *Cadernos de Lazer*, São Paulo, SEC, 2:33-37.
- SILVA, Armando Correia – 1986 – Fenomenologia e Geografia. *Orientação*, São Paulo, 7: 53-57.
- SOUZA, Marcelo José Lopes – 1988 – "Espaciologia": Uma objeção (crítica aos prestigiamentos pseudo-críticos do espaço social). In: *O Espaço em questão*, São Paulo, Marco Zero, pp. 21-45 (Terra Livre, 5).
- TUAN, Yi-Fu – 1980 – *Topofilia*. São Paulo, DIFEL, 288p.
- TULIK, Olga – 1980 – Reflexões à margem de um tema: Geografia e Turismo no Brasil. *Anais do Museu Paulista*, São Paulo, 30: 279-290.
- TULIK, Olga – 1991 – Turismo e repercussões no espaço geográfico. *Turismo e Análise*, São Paulo, ECA-USP, 2:63-77.
- TURNOWSKI, Salomão – 1976 – áreas de segunda residência no Estado do Rio de Janeiro. *Segundo Encontro Nacional de Geógrafos*, Belo Horizonte, pp. 421-424.
- URBAIN, Jean-Didier – 1983 – Sur l'espace du touriste: un voyage en Tunisie. Éléments pour une sémiotique de l'espace touristique des français. *L'Espace Géographique*, Paris, 2: 115-124.
- WACKERMANN, Gabriel – 1981 – Tourisme et recreation. *Annales de Géographie*, 90 (502): 717-719, nov./dec.