

Espaço e Turismo: Reflexões Contemporâneas

Rita Maria de Paula Garcia¹

Resumo:

O espaço geográfico é um conceito e prática das ações humanas, do ser-no-mundo, é concebido na mesma velocidade e proporção em que a sociedade se transforma e se torna múltipla, sendo os fenômenos simultâneos, a dinamicidade crescente, e as trajetórias em constante construção. O turismo é uma prática social, logo espacial, deste ser que se desloca. As características do espaço como diferença/multiplicidade contínua traduzem a dinâmica e reconhecem as diferentes trajetórias. O turismo está inserido neste contexto, é expressão da sociedade de consumo e acompanha a eficiência e avanços tecnológicos de comunicação e transportes que indiscutivelmente asseguram deslocamentos e permanências mais diversificadas, seguras e cômodas. Por outro lado, faz uso estrategicamente da diferença/multiplicidade discreta para destacar e distinguir por determinados atributos os atrativos turísticos e tornar os lugares e experiências únicas ressaltando a heterogeneidade. Para tal trabalho, realizou-se pesquisa bibliográfica em fontes secundárias acerca de espaço e turismo com o objetivo de analisar o fenômeno turístico a partir de fundamentos teóricos, principalmente geográficos.

Palavras-Chave: Turismo. Espaço. Multiplicidade.

SPACE AND TOURISM: CONTEMPORARY REFLECTIONS

Abstract:

The geographic space is a concept and practice from human actions, of the being in the world, it is conceived in the same speed and proportion as society changes and becomes multiple, being the simultaneous phenomena, the increasing dynamism, and the trajectories in constant construction. Tourism is a social practice, therefore spatial, of this being that moves. The characteristics of space such as difference/continuous multiplicity of space reflects the dynamics and recognizes the different trajectories. Tourism is inserted in this context and is an expression of the consumer society and accompanies the efficiency and technological advances in communication and transportation that undoubtedly ensures dislocations and a more diverse, safe and comfortable stay. On the other hand, it makes strategically use of difference/discreet multiplicity to highlight and distinguish by certain attributes the tourist attractions and render places and unique experiences highlighting the heterogeneity. For this paper, bibliographic research was conducted on secondary sources about space and tourism in order to analyze the tourism phenomenon from theoretical foundations, especially geographic.

Keywords: Tourism. Space. Multiplicity.

ESPACIO Y TURISMO: REFLEXIONES CONTEMPORÁNEAS

Resumen:

El espacio geográfico es un concepto y práctica de las acciones humanas, del ser en el mundo, es diseñado en la misma velocidad y en la proporción en que la sociedad cambia y se convierte en múltipla, siendo los fenómenos simultâneos, la dinamicidad creciente y las trayectorias en constante construcción. El turismo es una práctica social, luego espacial, de este ser que se mueve. Las características del espacio como la diferencia/multiplicidad constante del espacio refleja la dinámica y reconoce las diferentes

¹ Doutoranda em Geografia pela Universidade Federal Fluminense (UFF), professora do Departamento de Turismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT) – Campus Nova Xavantina.
E-mail: rita_turismo@hotmail.com

trayectorias. El turismo está insertado en este contexto y es expresión de la sociedad de consumo y controla la eficiencia y los avances tecnológicos en la comunicación y transportes que indudablemente aseguran desplazamientos y permanencias más diversificadas, seguras y cómodas. Por otro lado, se utiliza estratégicamente de la diferencia/multiplicidad discreta para destacar y distinguir por ciertos atributos los atractivos turísticos y hacer de los lugares y experiencias únicas que destacan la heterogeneidad. Para esta investigación, se hizo una búsqueda bibliográfica en fuentes secundarias sobre el espacio y el turismo con el fin de analizar el fenómeno turístico desde los fundamentos teóricos, principalmente geográficos.

Palabras clave: Turismo. Espacio. Multiplicidad.

1 INTRODUÇÃO

O uso comum da palavra “espaço” no cotidiano das pessoas oferece a diversas áreas do conhecimento convite a reflexões constantes para explicar as nuances pelas quais o espaço é condicionado e condicionante na sociedade.

O espaço que tratamos aqui é o espaço geográfico, revestido e permeado pela temporalidade, então espacialidade. O cenário atual de mudanças e ações de proporções globais, geração de informação aliada à telemática, alternativas para o deslocamento de pessoas e transporte de mercadorias, confiança depositada em profissionais e empresas com matrizes em lugares longínquos, são parte da proposta de estudo que tem nos conhecimentos consolidados acerca do espaço o eixo condutor da pesquisa, além do turismo como prática social integrante do processo de (re)produção do espaço.

No século XXI, a mobilidade e a tecnificação representam a capacidade de renovação e inovação de ideias, produtos e serviços associados ao deslocamento ou à geração e transmissão de informações que extrapolam as capacidades humanas

O deslocamento é condicionante do turismo, e este, por sua vez, reflexo direto da mobilidade e tecnificação que determinam diretamente a estrutura, função, tipos e formas do mesmo ao longo da história de diversas sociedades. Neste contexto as relações sociais, dentre elas relações de produção e relações familiares, desencadeiam

interações múltiplas e que distinguem e especializam os espaços num processo acelerado e construído historicamente pelos diferentes modos de produção e pelos valores e costumes compartilhados entre os grupos humanos no passado e no presente.

O espaço geográfico é um conceito e prática das ações humanas, do ser-no-mundo. O turismo é uma prática social, logo espacial, deste ser que se desloca, e encontra seu reflexo na economia, cultura, política, meio ambiente, enfim se faz visível e perceptível na atualidade em diversas localidades do mundo e, em algumas, realmente imprescindível.

Na perspectiva das práticas sociais encontra-se o turismo, que emerge de uma atuação pragmática fundamentalmente de caráter econômico. As cifras angariadas pela atividade são ambicionadas por muitos países, evidência de seu poder econômico e político que refletirão na cultura e no meio. Neste contexto histórico-econômico, é notório que as pesquisas sociais são secundarizadas na ordem de prioridades cujo fim é traduzido principalmente em ações de planejamento.

Uma reflexão teórica elementar acerca do espaço e do turismo é relevante à medida que remete para além dos polos emissores e receptores de turistas e políticas para planejamento e organização de áreas que visem seu desenvolvimento. A natureza se consolida como atrativo turístico, a cultura e “autenticidade” estampam catálogos de itinerários turísticos e discursos acadêmicos; logo, temas amplamente discutidos nas últimas décadas continuarão em evidência, uma vez que se faz imprescindível o aprofundamento teórico-conceitual-metodológico que extrapole as reivindicações economicistas e mercadológicas incorporadas ao discurso acadêmico.

Os estudos exploratórios desenvolvidos neste trabalho por meio de pesquisa bibliográfica e revisão teórica do espaço/espacialidade contribuirão para reflexão teórico-conceitual do turismo na atualidade. Para conduzir a abordagem proposta é fundamental destacar alguns autores, entre eles Harvey (2006), Lefebvre (2006), Massey (2009) e Soja (2011). Lefebvre faz significativa contribuição à Geografia pela dedicação e aprofundamento de reflexões sobre o espaço, principalmente na obra *La production de l'espace*, publicada em 1974, e notavelmente compartilhada por Soja (2011) que faz uma releitura de sua obra e concebe o Terceiro Espaço. O espaço geográfico passou por várias

correntes de pensamento que assumiram métodos de análise distintos. Segundo Soja (2011), atualmente há dificuldade em localizar definitivamente os caminhos para a compreensão do espaço de forma evidente. É possível afirmar que características de várias correntes de pensamento e métodos conduzem as investigações para o entendimento da espacialidade humana.

O presente trabalho objetiva relacionar as atuais tendências para compreensão conceitual-metodológica do espaço/espacialidade a fim de contextualizar o turismo no processo de produção do mesmo. Para tanto, se faz necessário levantar o panorama do debate teórico e contextualizar o turismo como parte do processo de novas abordagens da espacialidade.

O texto está organizado em “Contextos contemporâneos da categoria espaço”, que tem por objetivo apresentar as concepções de espaço a partir, principalmente, de Harvey (2006), Lefebvre (2006), Massey (2009) e Soja (2011), inserindo vieses como multiplicidade e simultaneidade - que evoca temporalidade - na produção do espaço. Sequencialmente, “Espaço e turismo: reflexões contemporâneas”, no qual a perspectiva do turismo assume centralidade nas reflexões sobre espaço. Finalmente, algumas “Considerações finais” da espacialidade do turismo.

2 CONTEXTOS CONTEMPORÂNEOS DA CATEGORIA ESPAÇO

As relações estabelecidas na esfera global são amplamente difundidas e discutidas sob o rótulo de globalização, que, contraditória e complementarmente, estão intimamente relacionadas ao local, às particularidades, onde é possível distinguir identidades e reconhecê-las como em constante mutação - nunca estáticas e/ou enrijecidas.

Cada sociedade e modo de produção realizam o seu espaço, segundo Lefebvre (2006). Neste sentido, o espaço diacrônico e dotado de uma simultaneidade dinâmica permite assimilar espaço-tempo múltiplos pela sua própria condição de ser proveniente destas realidades e possibilidades. Para Santos (1988), sucintamente, o espaço geográfico é uma relação complexa entre formas (artificiais e naturais); já a obra de Lefebvre, denominada como *metafilosófica*², demonstra as limitações dos

conhecimentos separáveis da prática, de forma que o espaço e o tempo são entendidos como distintos, porém jamais separados na produção do espaço geográfico e em seu uso (LEFEBVRE, 2006, p.26-27). “Através do espaço, um tempo social se produz e reproduz; mas esse tempo social se reintroduz com seus traços e determinações: repetições, ritmos, ciclos, atividades. [...]” (Idem, p.29)

O espaço gerado pelo tempo é sempre atual, sincrônico com ligações internas e conexões. Em outro momento Lefebvre (2006, p.1) menciona:

[...] Ocupar o espaço? Sabe-se que o espaço não é preexistente, vazio, dotado somente de propriedades formais. A crítica e a recusa do espaço absoluto equivalem à rejeição de uma representação, aquela de um continente que um conteúdo, a matéria, o corpo vem preencher. Nessa representação, o continente (formal) e o conteúdo (material) são indiferentes (ou indistinguíveis?) um ao outro e não apresentam, portanto, uma diferença discernível [apreensível]. [...]

A recusa do espaço como receptáculo e remissivo a uma matéria distinta do conteúdo é uma característica fundamental do espaço lefebvreano que continuará permeando a relação dialética entre espaço percebido, concebido e vivido. Sujeitos, coletivos e individuais, realizam atos em lugares, funções e formas espaciais apontam para um enrijecimento da análise espacial, a proposta da triplicidade valoriza as representações que são incorporadas às relações sociais.

Obras relevantes baseadas na concepção do espaço lefebvreano emergiram como a divisão “tripartite” de Harvey (2006): físico, social e mental. Como já mencionou Lefebvre (2006), o mesmo espaço (físico) remete à natureza, matéria-prima para a transformação e produção, continua a subsidiar a vida do homem em escala ascendente, ao mesmo tempo, também se torna símbolo. As formas geográficas são ressaltadas por características diferenciais vislumbradas somente a partir de aspectos sociais, ou seja, do conteúdo incorporado à forma. Destaca-se a impossibilidade do estudo da

forma per se. Segundo Lefebvre (2006), conteúdos são práticas sociais (espaciais) inerentes às formas. linguagem, seus alvos, suas implicações. Ela mostra os limites e os transpõem.” (LEFEBVRE, 2006, p.3)

As práticas sociais são definidas pelas interações sociais conforme Jaroszewski (apud TRIVIÑOS, 2006, p. 125):

A prática deve ser entendida como uma atividade orientada, através da qual os homens “transformam os objetos materiais e as estruturas econômicas e políticas, as instituições e outras formas de articulação social. Trata-se aqui das atividades individuais e coletivas que se desenrolam no quadro da transformação histórica das formas de interação social”.

O espaço é constituído de elementos que perfazem sua abrangência e dinâmica, combinados entre si, ora concebem um mosaico perfeitamente conectado e articulado, ora uma justaposição espaço-temporal. Assim, Lefebvre (2006, p.21) expressa a simultaneidade:

A forma do espaço social é o encontro, a reunião, a simultaneidade. O que se reúne? O que é reunido? Tudo o que há no espaço, tudo o que é produzido, seja pela natureza, seja pela sociedade, - seja por sua cooperação, seja por seus conflitos. Tudo: seres vivos, coisas, objetos, obras, signos e símbolos. [...] O espaço social implica a reunião atual ou possível em um ponto, em torno deste ponto. [...]

Os lugares onde acontece esta convergência também são múltiplos. Esta capacidade é a da simultaneidade, pela qual elementos diversos - mais abstratos, menos abstratos, mais concretos, menos concretos - se apresentam. O espaço como condicionado e condicionante, pela e da sociedade, fortalece o par dialético pelo qual é compreendido e refeito sucessivamente. A ênfase recai sobre o social marcado por uma abertura, uma “simultaneidade de histórias-até-agora”.

[...] o espaço é uma multiplicidade discreta, cujos elementos, porém, estão, eles próprios, impregnados de temporalidade. Uma contemporaneidade estática foi rejeitada em favor de uma simultaneidade dinâmica. Outra forma de impedir uma apreciação da multiplicidade dinâmica que é o espaço foi afirmar que sua imaginação seria como um sistema fechado imóvel. A

questão aqui é, em vez disso, compreender o espaço como uma produção aberta contínua. Além de injetar temporalidade no espacial, isto também reitera seu aspecto como multiplicidade discreta, pois enquanto o sistema fechado é a base para o universal singular, abrindo-o cria-se espaço para uma genuína multiplicidade de trajetórias, e assim, potencialmente, de vozes. [...] (MASSEY, 2009, p.89)

O contexto de multiplicidade mencionado pela autora imbrica uma relação tempo-espaço visto que a multiplicidade se constitui de “padrões de unicidade”, ou seja, modos de vida e configurações espaciais distintas. O múltiplo vai ao encontro das várias possibilidades deste padrão de unicidade. “Este monte de palavras – diferença/heterogeneidade/multiplicidade/pluralidade – também provocou muita controvérsia. Tudo o que eu quis dizer a esse respeito é a existência coetânea de uma pluralidade de trajetórias, uma simultaneidade de histórias-até-agora. [...]” (MASSEY, 2009, p.33).

Segundo Silva (2000) a multiplicidade é ativa, é um fluxo, é produtiva e, portanto, multiplica, prolifera e dissemina. O caráter dinâmico que o espaço assume perpassa a multiplicidade enfatizada anteriormente. Torna-se impossível “capturar” o espaço, seja empírica ou abstratamente, tendo em vista os inúmeros fatores mencionados.

Para Massey (2009) a multiplicidade está nos lugares, nas pessoas, nas coisas, sob diversos olhares: no presente, passado e futuro que se conhece ou não. A multiplicidade em Lefebvre (2006b) se refere aos indefinidos espaços-tempos locais.

As características do espaço segundo Massey (2009) são: o espaço como esfera da heterogeneidade (posição, localização), espaço como esfera das relações, negociações, práticas de compromisso, poder sob todas as suas formas; e espaço como esfera da coetaneidade, da contemporaneidade radical. A coetaneidade reúne a multiplicidade, e o espaço-temporal para além das possibilidades perceptivas. “[...] Coetaneidade diz respeito a uma postura de reconhecimento e respeito em situações de implicação mútua [...]” (Idem, p.109)

A autora ressalta elementos que passam a assumir relevância no contexto da atual sociedade e de novas perspectivas de mundo, definidos claramente na denominada “virada espacial” pelo enfoque na dinamicidade, simultaneidade e

deslocamento do olhar de lugares ditos centrais para periféricos, momento fundamental e subversivo no qual o conhecimento produzido sobre e por países não-centrais ganha notoriedade.

Evidenciar a simultaneidade implica diretamente uma consciência espaço-temporal sem precedentes. Reconhecer e dar conta de fenômenos se torna um desafio, mas ao mesmo tempo instigante, pois as variáveis são – ao menos parcialmente – imprevisíveis e não captáveis.

Para Massey (2009, p. 15): “[...] Se o tempo é a dimensão da mudança, então o espaço é a dimensão do social: da coexistência contemporânea de outros. [...]”. A coexistência, a mudança, a irreversibilidade, tornam momentos e lugares únicos, na medida em que as trajetórias são ímpares e se convergem em “estórias-até-agora”. Desta forma:

Espaço é mais do que distância. É a esfera de configurações de resultados imprevisíveis, dentro de multiplicidades. Isto considerado, a questão realmente séria que é levantada pela aceleração, pela “revolução nas comunicações” e pelo ciberespaço não é se o espaço será aniquilado ou não, mas que tipos de multiplicidades (padrões de unicidade [uniqueness]) e relações serão co-construídas com esses novos tipos de configurações espaciais. (MASSEY, 2009, p. 139)

As trajetórias, a multiplicidade, heterogeneidade, a abertura do espaço reforçam a inesgotável fonte de pesquisa. Os recortes de objetos são proporcionais às limitações da reflexão teórico-metodológica e da simplificação da abordagem.

Se o espaço geográfico é condicionado pelas ações humanas, Lefebvre (2006) faz menção a este espaço que não é essência, um *a priori*. O espaço é constituinte, integrante de qualquer relação social, que só se produz através e com ele, e por isso dinâmico, sempre refeito e nunca finalizado.

Pensar sobre espaço é e deve ser uma preocupação de diversas áreas do conhecimento. A transdisciplinaridade perpassa o Terceiro Espaço³

de Soja (2011) na crescente conscientização da simultaneidade e complexidade entrelaçada

³ Thirdspace é título do livro e ideia central da obra de Edward Soja (2011), aqui traduzida como Terceiro Espaço. Tem como inspiração o livro de Lefebvre, *La production de l'espace*.

do social, histórico e espacial. Terceiro Espaço, segundo o autor, é um termo flexível que surge como tentativa de capturar o que é atualmente uma mudança constante no meio social (ideias, eventos, aparências, significados).

Segundo Soja (2011), Terceiro Espaço é uma perspectiva espacial englobadora e que possui uma maneira particular de conceber, interpretar e atuar para mudar a espacialidade da vida humana através da relação dialética⁴ entre Espacialidade, Historicidade e Sociabilidade, que corresponderiam, segundo o autor, à produção social do Espaço, Tempo e Ser-no-mundo. Esta relação enfatiza uma ontologia existencial (enquanto seres espaciais) e posteriormente parte para uma discussão da epistemologia do espaço pelo aprofundamento da reflexão do Primeiro Espaço, Segundo Espaço até a concepção do Terceiro Espaço.

O Primeiro Espaço e o Segundo Espaço são epistemologias desenvolvidas anteriormente pelo autor, sendo que o primeiro refere-se à material e materializada espacialidade física, que é empiricamente mensurável. A ocupação humana da superfície da Terra, as relações entre sociedade e natureza, a arquitetura e as geografias resultantes do “ambiente construído” humano são a base para esta teoria. O segundo é ideacional:

[...] composto de projeções para o mundo empírico de geografias concebidas ou imaginadas. Isto não significa que não haja nenhuma realidade material, nenhum Primeiro Espaço, mas sim que o conhecimento desta realidade material é compreendida essencialmente através do pensamento, como res cogito, literalmente “pensar coisas”. Assim, empoderando a mente, a explicação torna-se mais reflexiva, subjetiva, introspectiva, filosófica, e individualizada. (SOJA, 2011, p.79)(tradução livre)

O Primeiro Espaço e Segundo Espaço de Soja (2011) se aproximam respectivamente do Espaço Percebido (das práticas espaciais) e do Espaço Concebido (das representações do espaço)

de Lefebvre (2006), contudo, o primeiro autor atribui ao Terceiro Espaço a incorporação dos

⁴ Dialética é termo estratégico utilizado por Soja (2011) que sugere o rompimento da lógica binária para prevenir qualquer forma de reducionismo.

dois primeiros, e este autor ressalta a relevância de destacar os espaços percebido, concebido e vivido sempre em relação dialética.

[...] Ve en el Tercer Espacio, definido aquí por la noción de *espace vécu* de Henri Lefebvre, un modo alternativo de investigación espacial que extiende el alcance de la imaginación geográfica más allá del dualismo restrictivo de lo que describo como epistemologías de Primer Espacio y de Segundo Espacio – o a lo que Lefebvre se refiere como a las prácticas espaciales o “espacio percibido” por un lado, y las representaciones del espacio o “espacio concebido” por el otro. [...] (SOJA, 2010, p.187) (grifos do autor)

O Terceiro Espaço se caracteriza, segundo o autor, como multifacetado e contraditório, opressivo e libertador, apaixonado e rotineiro, conhecível e irreconhecível. É um espaço de abertura radical, de binarismos, mas também há sempre o Outro. A epistemologia do espaço incorporaria então, a missão de tentar capturar o ser-no-mundo, a existência humana, em sua plenitude de possibilidades, se “limitando” às histórias-até-ahora.

Assim, também não é mais possível caracterizar o espaço como estático e previsível, pois ele é concebido na mesma velocidade e proporção em que a sociedade se transforma e se torna múltipla, isto é, os fenômenos simultâneos, a dinamicidade crescente, as trajetórias em constante por fazer-se.

3 ESPAÇO E TURISMO: REFLEXÕES CONTEMPORÂNEAS

O espaço é reconhecido por sua multiplicidade que também é caracterizada em Massey (2009) por algumas particularidades: a diferença/multiplicidade discreta caracterizada pela diversidade e o divisível, em contraposição à diferença/multiplicidade contínua, caracterizada mais pela intensidade e evolução do que pela sucessão e pela multiplicidade de fusão.

Num cenário de informações e ações fluidas e de mobilidade, indo ao encontro das atribuições da autora, o turismo desencadeia interrelações que superam a previsibilidade da vida cotidiana e que insere novos agentes sociais com diferentes modos de vida e distintos objetivos a serem alcançados em

determinado prazo, compartilhando do espaço da população local. A multiplicidade é uma característica muito relevante neste contexto, pois essa gama de espaços, a “diferença” e a heterogeneidade são condicionantes e propulsores do turismo, pois estão diretamente relacionados às várias possibilidades de destinos turísticos, como pela heterogeneidade e diferença daqueles que podem viajar e aqueles que não podem fazê-lo. A dinamicidade é uma de suas principais características, pois o espaço não está dado e fechado, é sempre devir.

A globalização, que vai ao encontro da homogeneização da produção e universalização do mercado, também evidencia a heterogeneização dos lugares e ressalta suas singularidades e especificidades a partir da cultura, costumes, identidades locais, enfim, daquilo que é inerente aos grupos humanos. E no contexto atual, o turismo é marcado por sobressaltar a diferença/multiplicidade discreta. A diversidade cultural associada às paisagens é propositadamente diferenciada com a finalidade de distinguir ou destacar, frequentemente fortalecendo a folclorização que permeia o imaginário de turistas em busca da alteridade através de viagens, coletâneas de experiências, registros de lugares e eventos destacados pela espetacularização e pelo cenário criado, e/ou pela imagem criada. No turismo, ao contrário dos pressupostos de Massey (2009), é ressaltada uma diferença radical romantizada e exótica.

O marketing turístico é importante ferramenta para transmitir e criar significados de formas espaciais atingindo um imenso público, capaz de corroborar aquela construção racionalizada com fins de comercialização. O turista, frequentemente, desconhece que o seu deslocamento é proveniente de uma ação mediata e programada, dotada de racionalidade, técnicas e estratégias com objetivos determinados.

A mídia e o discurso midiático transmitem informações e conteúdo simbólicos e terminam por influenciar as relações dos indivíduos e das sociedades. É justamente pelas peças das comunicações mediadas que os objetos recebem significação que se tornam essenciais para a apreensão da realidade da vida cotidiana disseminando vastos sentidos e experiências. Assim sendo, a mídia pode determinar nossa percepção sobre

os fatos, normas e valores da sociedade. (MENEZES; GUEDES, 2011, p.101)

Estas ações são direcionadas ao turista que no momento da experiência se submete a novas variáveis se apropriando daquele espaço a partir de suas motivações e sensações, nas relações interpessoais entre turistas e residentes. Tal apropriação aparece primeiramente como abstração, mas é concreta, pois consiste em um vínculo sócio-espacial com o turismo – logo, com o turista -, pelas práticas sociais (espaciais) exercidas sobre os lugares tidos como turísticos. Esta apropriação está presente na língua, no comportamento, nas vestimentas, nos lazeres, nos conflitos do uso e da exclusão (deflagrada pela hostilidade entre turistas e residentes, pela ocupação ilegal de áreas, entre outros).

Para desenvolver o tema *turismo*, dirigimo-nos à Organização Mundial do Turismo (OMT) e Comissão de Estatística das Nações Unidas (apud LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2008, p.89) que definem o turismo como: “as atividades que pessoas viajando para ou permanecendo em lugares fora do seu ambiente usual, por não mais do que um ano consecutivo, a lazer, negócios ou outros objetivos”. O principal recurso utilizado para distinguir o turista está nos motivos da viagem.

Esta definição é abrangente, evasiva e suscita dúvidas e livre interpretação para inúmeras outras variáveis. As dimensões sociais e operacionais fundamentais para o entendimento da atividade não são mencionadas.

Segundo De La Torre (apud MOESCH, 2000, p.12):

O turismo é um fenômeno social, que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

O turismo como prática social deve ser ressaltado por sua significância incorporada na vida das pessoas. Por aqueles que programam suas viagens com grande antecedência e por outros que associam mais de uma motivação para realizar o deslocamento, ou seja, reunir interesses e necessidades para

maximizar os benefícios da viagem e reduzir gastos. Neste contexto, há uma motivação principal, mas frequentemente relacionada a outras. Cabe ressaltar que, evidentemente, são permeadas por aspectos subjetivos, e em contextos mais amplos atingem a sociedade, a economia e a cultura.

Outra característica frequentemente destacada é referente aos benefícios gerados pelo turismo, sejam eles sociais, econômicos, ou que se comprometem com a formação de uma “consciência ambientalista”. Contudo, o reconhecimento e o aprofundamento destes benefícios não são acompanhados de uma reflexão teórica e prática das reais dimensões e proporções da atividade turística nos locais onde se desenvolve. Os dados atuais se restringem aos aeroportos, agências de viagem e hotéis cadastrados, logo regulamentados, que pouco demonstram a realidade do turismo brasileiro. Pouco se conhece do turista interno que tanto percorre longas distâncias neste país de proporções continentais. A investigação do processo de turistificação dos lugares, das relações sociais e da organização do espaço também é rara e evidencia processos de marginalização da população local e degradações ambientais raramente denunciados e/ou reprimidos pelas agências de fiscalização.

No pensar o turismo pela sua realidade empírica há a predominância de alguns tipos de estudo, tais como: identificar e descrever atrativos e serviços turísticos, identificar ou formar fluxos e redes da atividade turística, descrever perfil de demanda e comportamento, verificar desempenho de mercado, sugerir estratégias para planejamento e organização do espaço turístico, analisar políticas de fomento, apontar impactos favoráveis e desfavoráveis da atividade, etc. O espaço turístico é composto por um conjunto de serviços e atrativos, que podem e devem ser planejados, delimitados e zoneados para definir a área de trânsito do turista e as políticas e estratégias de investimentos. “O processo de transformação de um lugar em destino turístico é determinado basicamente pelo mercado e pela decisão governamental, que buscam o apoio da mídia para difundir a ideologia de que o turismo é a alternativa econômica de desenvolvimento local.” (MENEZES; GUEDES, 2011, p.105)

Por outro lado, o tipo de pesquisa concernente ao turismo abarca predominantemente os elementos físicos, através das interferências para alteração do meio em algum grau para receber

turistas, como mencionado. A natureza, por sua vez, apresenta outros aspectos além daqueles descritivos e mensuráveis que normalmente são hierarquizados e catalogados, a ela são atribuídos símbolos que permeiam o imaginário do turista.

Massey (2009) considera o espaço pelo conteúdo como questão principal e não a forma espacial das relações através das quais o espaço é construído; no turismo, a forma assume relevância à medida que a sociedade atribui significados compartilhados em grande proporção. Em alguns tipos de turismo, a viagem está diretamente condicionada pelo acesso às formas, e estas interferem nas relações entre os vários agentes sociais. Neste sentido o espaço é constantemente [re]constituído pelos turistas, principalmente pelos diversos e até contraditórios significados atribuídos a acidentes geográficos, formas simbólicas e manifestações culturais.

Do outro lado, os agentes de mercado do turismo se apropriam de formas espaciais e lhes atribuem significados a partir dos valores e estereótipos criados por aquela sociedade, amplamente disseminados e compartilhados. As formas espaciais, naturais ou artificiais, são alvos do fetichismo espacial criado pelo homem, e ganham proporções tão exacerbadas que são capazes de serem compartilhadas simultaneamente por diferentes povos com o mesmo sentimento, e mesmos valores simbólicos.

[...] Por um lado, isso ocorre pela velha razão do fetichismo espacial – a forma espacial abstrata em si não pode garantir nada sobre o conteúdo social, político ou ético das relações que constroem aquela forma. O que está sempre em questão é o conteúdo, não a forma espacial, das relações através das quais o espaço é construído. [...] (MASSEY, 2009, p. 15)

As formas *per se* não são relevantes para as práticas sociais como o turismo, porém, quando revestidas de significados e simbolismos, a mobilização e a proximidade com tais monumentos, acidentes geográficos, arquitetura, podem se tornar referência de status financeiro ou intelectual, religiosidade, promover o bem-estar, entre outros.

Pouca atenção é concedida aos motivos pelos quais as pessoas se deslocam ou o porquê da escolha daquele destino. Ainda, qual significado atribuído

àquela viagem e lugar escolhido dentre tantos outros? Apontamentos iniciais para novas possibilidades, questionamentos e conseqüentemente indução a novas pesquisas são parte da reflexão proposta neste trabalho.

Prosseguindo, a espacialidade turística prioriza a concepção mais subjetiva do homem que indiretamente decifra e se sobrepõe à objetividade e materialidade consolidada pelos estudos em turismo. Uma alternativa para pesquisas que não priorizam fórmulas estatísticas e resultados mensuráveis, ou para aqueles que não privilegiem interesses particulares do mercado.

Se por um lado o turismo é mensurável e pode ser planejado e organizado a partir de interesses políticos e financeiros, lugares a princípios desprovidos de dinâmica econômica podem ser incorporados ao circuito de produtos turísticos em cadeia global; por outro, associações subjetivas aos fluxos turísticos, deslocamento, permanência e investimento sinalizam para motivos revestidos de percepção, simbolismo, valores, etc.

A sociedade organiza suas relações sociais da vida cotidiana diferentemente das relações sociais estabelecidas com pessoas de contato esporádico, isso para lembrar que há vários meios de se relacionar, como o turismo. Uma maneira de demonstrar essa amplitude é apontar os agentes sociais envolvidos. Knafou (1999) enfatiza três agentes: turistas; mercado; e planejadores e promotores territoriais. Fratucci (2008) considera cinco agentes: turista; poder público; agentes de mercado; trabalhadores diretos e indiretos; e população residente.

A identificação dos agentes leva a uma classificação das formas pelas quais os indivíduos ou grupos se articulam e relacionam com o turismo, direta ou indiretamente, relações sociais de produção, ativos e sedentários, enfim, múltiplas e sobrepostas maneiras de atuar no turismo. Mais do que isso, atenta-se para as formas de pensar e agir, interesses e desinteresses acerca do turismo, em níveis e envolvimentos distintos. Outro aspecto do turismo consiste em permear a pauta de assuntos de especialistas e não-especialistas. O assunto é corriqueiro e a maioria das pessoas possui opiniões sobre benefícios e prejuízos desencadeados pela atividade.

Os dados estatísticos sobre o turismo o contextualizam em uma interface importante, contudo, estritamente economicista, abordado

enfaticamente por muitos autores como a principal consequência e finalidade. A atividade é complexa, e cabe lembrar que sua dimensão é mais ampla do que as cifras geradas. Está envolta pelas motivações de deslocamento, pela relação entre culturas (turista-residente), apreciação da paisagem natural, intersubjetividade, enfim, de acordo com Moesch (2000, p.13): “[...] Na realidade, no turismo, o epicentro do fenômeno é de caráter humano, pois são os homens que se deslocam, e não as mercadorias, o que impõe complexidades ao esforço de uma argumentação sistemática dessa realidade. [...]”.

Pensar o turismo é pensar no homem que se desloca e, conseqüentemente, nos processos que se desencadeiam com os movimentos de partida, permanência temporária e retorno, no meio ambiente e nos próprios indivíduos e seus pares. É pensar nas trajetórias dos agentes do turismo que tanto se encontram e desencontram para promover, fomentar e executar o turismo em espaços-tempos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No intuito de apreender o espaço através das faces da historicidade e, principalmente, da sociabilidade, emerge o turismo como prática social multifacetada cada vez mais consolidado e dinâmico. O corpo teórico do turismo não está formado e há dúvidas de que o seja, mas este é um problema para outra abordagem. De forma objetiva, entende-se o turismo como o deslocamento de pessoas pelas mais diversas motivações - lazer, saúde, trabalho, estudo – para local diferente de sua residência permanente. Neste processo, o mesmo promove contato entre culturas, estimula a economia e altera o meio natural, em maior ou menor intensidade e se estende ao movimento de retorno.

A diferença/multiplicidade contínua do espaço, e a coetaneidade traduzem a dinâmica e reconhecem as diferentes trajetórias. O turismo está inserido neste contexto, é expressão da sociedade de consumo e acompanha a eficiência e avanços tecnológicos de comunicação e transportes que indiscutivelmente asseguram deslocamentos e permanências mais seguras e cômodas. Por outro lado, faz uso estratégico da diferença/multiplicidade discreta para destacar e distinguir por determinados atributos os atrativos turísticos e tornar os lugares e experiências únicas destacando a heterogeneidade.

A leitura da espacialidade do turismo é permeada por distintas e renovadas concepções de espaço (HARVEY, 2006; LEFEBVRE, 2006; MASSEY, 2009; SOJA, 2011). Vários são os agentes sociais, as relações de mercado, os fluxos (mercadoria, pessoas e informações), os tipos de deslocamentos, as relações estabelecidas, os atrativos turísticos, a subjetividade que permeia o imaginário do turista, as representações, apropriações e as percepções. Enfim, inumeráveis componentes atestam a dinamicidade e complexidade da atividade. Reduzi-los é cometer enorme equívoco. Permitimo-nos trazê-los para o âmbito da geografia que evidentemente contribui para a apreensão da realidade social (espacial).

Estas reflexões são introdutórias e apresentadas neste trabalho, porém devem também ser aprofundadas no âmbito do discurso teórico-conceitual-metodológico do turismo na tentativa de ampliar e abarcar a complexidade do fenômeno.

O aprofundamento da análise do fenômeno turístico no espaço num contexto eminentemente contemporâneo revela objeto de apreensão desafiador e dinâmico para pesquisadores. Os promotores, organizadores de polos emissores e receptores brasileiros e mercado continuam engajados no desenvolvimento e promoção do turismo frequentemente com fins econômicos. Desta forma, os pesquisadores deverão corresponder a esta dinamicidade propagada pelas sociedades contemporâneas e desvelar a produção do espaço pelo e para o turismo a partir de outras vertentes.

REFERÊNCIAS

- FRATUCCI, A. C. *A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: as possibilidades das redes regionais de turismo*. 2008. 310 f. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.
- HARVEY, D. Space as a keyword. In: CASTREE, N.; GREGORY, D. (Orgs.). *David Harvey: a critical reader*. Oxford: Blackwell, 2006. p. 119-148
- KNAFOU, R. Turismo e território. Por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, A. A. B. *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 2. ed. São Paulo: Hucitec,

1999. 62-74.

LEFEBVRE, H. *A produção do espaço*. Trad. Grupo “As (im)possibilidades do urbano na metrópole contemporânea”. Núcleo de Geografia Urbana da UFMG (do original: *La production de l’espace*. 4. ed. Paris: Éditions Anthropos, 2000). Primeira versão: Início – fev. 2006

LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph, 2008.

MASSEY, D. *Pelo espaço: uma nova política da espacialidade*. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

MENEZES, P. D. L. de; GUEDES, J. A. A ideologia do turismo e o discurso midiático. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v. 8, n. 1, p. 95-108, 2011.

MOESCH, M. *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto, 2000.

SANTOS, M. *Metamorfoses do espaço habitado*. São Paulo: Hucitec, 1988.

SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, T. T. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 73-102

SOJA, E. W. Tercerespacio: extendiendo el alcance de la imaginación geográfica. In: BENACH, N.; ALBET, A. (Orgs.). *La perspectiva post moderna de un geógrafo radical*. Barcelona: Espacios Críticos, 2010. p. 181-209

_____. *Thirdspace: journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. 15. ed. Malden: Blackwell Publishing, 2011.

TRIVIÑOS, A. S. A dialética materialista e a prática social. *Movimento*. Porto Alegre, v. 02, n. 02, p. 121-142, maio/ago. 2006.

Recebido em 26 de março de 2013.

Aprovado, em sua versão final, em 28 de março de 2013.

Artigo convidado