

O TURISMO ENQUANTO ESPAÇO DE ANÁLISE GEOGRÁFICA: *três perspectivas de abordagem*

Maria Augusta Freitas Costa
Universidade Federal do Pará
gusta@ufpa.br

Willame de Oliveira Ribeiro
Universidade Federal do Pará
will@ufpa.br

Prof^a. Dr^a. Maria Goretti da Costa Tavares
Universidade Federal do Pará
goretti@ufpa.br

RESUMO

No âmbito das abordagens sobre a atividade turística desenvolvidas pela geografia emergem três linhas teóricas de maior relevância: a primeira ligada aos estudos da produção dos espaços turísticos, tendo essa atividade como uma produção econômica e política; a segunda relacionada aos estudos sobre o espaço vivido dos indivíduos das áreas destinadas ao turismo, tendo esse como uma atividade impactante desse espaço e; mais recentemente, tem se desenvolvido uma vertente ligada aos estudos sobre as representações espaciais das áreas turísticas, tendo a viagem como princípio da atividade em questão. Partindo dessas três primícias busca-se demonstrar um panorama geral da abordagem do turismo pela geografia.

Palavras chave: turismo, produção do espaço, espaço vivido, representação.

ABSTRACT

In the approaches on the field of touristic activity developed by Geography emerge three very important theoretical lines: the first linked to the production's studies of touristic areas, having this activity as an economic and political production; the second one connected to the studies about the individuals lived space of the areas preserved to tourism, having this as an impacting activity of that space and, more recently, it has been developed as a trend linked to the studies of the spatial representations of the touristic area, having the action of traveling as the starting point for the activity under discussion. Starting with these three premises it tries to demonstrate a general view on tourism by the Geography approach.

Key Words: Tourism, lived space, representation.

Introdução

Para Max Derruau o turismo deixou de ser desprezível para a geografia no momento em que ganhou uma amplitude que ultrapassava muitas vezes o rendimento dos maiores ramos tradicionais da economia, e quando “observou-se que ele tinha transformado mais os Alpes do que a indústria o tinha feito” (1982, p. 87), detectando-se a partir de então a existência de regiões literalmente criadas pelo turismo. Nesse momento (década de 1980) a geografia do turismo é tratada como um dos aspectos da geografia dos tempos livres, onde o deslocamento das multidões no aproveitamento desse tempo representava a mais ativa forma moderna da transumância e os tipos de turismo diferiam simultaneamente pela forma de atividade turística e pelos grupos sociais afetadas.

Entretanto, os trabalhos mais antigos onde, segundo Rodrigues (1997), se constata a expressão “Geografia do turismo” datam de 1905, tendo em vista as incidências espaciais do turismo que naquele momento histórico, quando a viagem ainda era elitizada, já imprimiam impactos a natureza, embora

relativamente pouco percebidos. Mas é a partir da década de sessenta que o estudo do turismo no âmbito da geografia acentua-se, respondendo ao acelerado desenvolvimento do fenômeno ligado a prosperidade econômica que marcou o período de pós-guerra nos países centrais do capitalismo.

Esse desenvolvimento, engendrou um dinamismo muito grande na produção do espaço social mundial caracterizando-se por raras áreas com poucas alterações ou mais comumente áreas com alto grau de deterioração que em geral se tornam estagnadas enquanto espaços turísticos, e/ou ainda, a transformação de tradicionais espaços turísticos que acabam perdendo sua função principal, até a produção de espaços totalmente artificiais onde a natureza não desempenha nenhum papel.

Enquanto produtora de bens a atividade turística para se implementar necessita de um lugar e de apropriar-se de um espaço para montar suas infra-estruturas. Segundo Ruschmann (1997, p. 59) o turismo constitui um conjunto de equipamentos muito diversificados de empresas e de práticas cujos impactos sobre o meio ambiente diferem quantitativa e qualitativamente entre si e, por isso, necessitam ser avaliados isoladamente. Aqui reside a essência dos estudos geográficos sobre o turismo, analisar como esse conjunto de equipamentos turísticos reordenam o espaço das idéias, da circulação e da própria produção social.

Nesse ínterim, propõem-se três abordagens gerais no estudo do turismo pela geografia: a primeira baseada num referencial teórico mais centrado na produção do espaço; a segunda pautada na idéia de espaço vivido e; uma terceira envolta pela análise das representações sócio-espaciais. Essas três abordagens possibilitam um entendimento dialético ao trato das questões sociais imanentes na atividade turística, estando cada uma em patamar de igualdade em relação a outra, podendo ser realizadas isoladamente sem entretanto negar a existência e importância das demais.

A Produção do Espaço Turístico: redes, seletividade e meio técnico-científico-informacional

Segundo Rodrigues (1997) é a intensa criação e recriação do espaço para atender uma demanda específica do turismo que dá significado à análise dessa atividade por parte da ciência geográfica cujos parâmetros teóricos subscrevem-se em estudos sobre a construção social do espaço. Os estudos da geografia do turismo avançaram no tratamento desse fenômeno, principalmente em se tratando dos espaços receptores por serem nesses a realização efetiva da produção e do consumo desse fenômeno. Centram-se os estudos em dois eixos complementares: um direcionado à abordagem dos processos sociais que engendram a constituição de espaços turísticos; e outro voltado a compreensão da inserção desses espaços na rede mundial de serviços turísticos, fortalecida pelo processo de globalização, onde quanto mais exótica for a paisagem mais atrativo será o turismo.

Partindo do pensamento de Santos (1999) sendo espaço social os espaços turísticos encontram-se representados na geografia por um conjunto de fixos e fluxos delineados em um sistema de objetos e um sistema de ações que estão um para outro de forma indissociável. Nessa perspectiva, os centros emissores (os de origem dos turistas), os de deslocamento (os de transportes) e os receptores (os de oferta turística) são os fixos não estáticos, que compõem o sistema de objetos do turismo; já a comercialização, a demanda, o poder de decisão, a informação representam os fluxos do sistema de ações do turismo, ações que necessitam de fixos. Dessa forma, postos, lojas, hotéis hospitais, etc. estabelecidos ao longo de estradas que levam a lugares turísticos são fixos, edificados nos trechos dos fluxos. Esses sistemas correspondem a categorias analíticas internas ao espaço do turismo as quais podemos indicar quatro mais relevantes: a paisagem, a configuração territorial, as rugosidades e as formas-conteúdo, que juntas expressam as funcionalidades, as formas, as estruturas e os processos (SANTOS, 1985; 1999) desses espaços.

A paisagem indica a forma do espaço turístico, o aspecto visível, a “concretude” do espaço resultado da acumulação de tempos e se constitui um notável recurso turístico ao desvendar alguns objetos

e camuflar outros ao turista. Essa categoria remete a duas outras quais sejam: a configuração territorial que abarca os sistemas naturais e os acréscimos humanos onde se encontram tanto as infra-estruturas que compõem a paisagem, ou seja, as formas, quanto à supra-estrutura que normatiza e legitima, ou seja, a função e; as rugosidades que constituem as formas herdadas das gerações passadas, ambos importantes elementos à implementação e produção das atividades turísticas.

Essas categorias mais ligadas as formas são capazes de incluir-se numa dialética concreta do movimento social pela presença da ação contida nas “formas-conteúdo”. As ações resultam de um processo engendrado por um propósito advindo da necessidade material ou imaterial, econômicas ou afetivas. As formas-conteúdo demonstram o dinamismo espacial presente nas redes de relações identificadas nos espaços turísticos ao captar a participação dos elementos oferta, demanda, transporte, infra-estrutura, gestão e marketing não somente na produção e consumo das paisagens turísticas, mas também na criação de normas, ordens e legitimação dos elementos componentes desse espaço.

Desse modo, interessa mostrar como o turismo, construído no interior dos fluxos e refluxos do debate internacional sobre a necessidade humana do lazer e descanso, atende a diversas características da realidade social, econômica e cultural da contemporaneidade, cujas ramificações (turismo de aventura, cultural, urbano, na natureza, etc.) conduzem à tecnicização do território por meio de ações estratégicas de comando, baseadas em iniciativas desenvolvimentistas mais ou menos conservadoras, onde seu espraiamento induz claramente a construção de objetos geográficos definidores do espaço social.

Como processo dialético e concreto, a construção dos espaços do turismo enseja uma função essencial que é a produção de bens, serviços e idéias, estruturada em coerência com o momento histórico atual marcado pelo meio técnico-científico-informacional. Enquanto partícipe desse meio o turismo passa a ser ordenado pelas redes, que surgem como a nova arquitetura das conexões, suportes das relações avançadas da produção, sendo elas as dimensionadoras da organização geográfica das sociedades e determinadoras dos “lugares mundiais”. Em outras palavras, o termo rede aparece como instrumento que viabiliza o turismo dentro do meio técnico-científico-informacional, exatamente por apresentar suas duas estratégias primordiais: a circulação e a comunicação.

Para Raffestin “é a rede de circulação (que) permite conceber a natureza da rede geográfica [...] as redes de comunicação. É outra face da mobilidade, aquela que por sua natureza, sobretudo informacional, dá seu significado ao movimento” (1993, p. 205; 209). O termo rede não é recente e, conforme afirma Dias (1995), a preocupação em compreender seus efeitos sobre a organização do espaço é de longa data e exprime-se pela tendência de se buscar compreender as desigualdades sócio-espaciais impressas na diferenciação da localização dos sistemas de objetos e de ações pelo caráter seletivo das redes e sua fundamentação na mobilidade crescente de capitais, pessoas, coisas e objetos.

Essa mobilidade que implica nas duas estratégias do meio técnico-científico-informacional inerentes ao turismo: a circulação e a comunicação indutoras da organização espacial seletiva dos potenciais de crescimento. Portanto os eventos do turismo arquitetam-se enquanto rede assim que são criados enquanto espaços, visto que de início selecionam as “paisagens virtuosas” onde de acordo com seus gestores serão selecionadas quais e em que intensidade serão implementadas as redes de suporte (DIAS, 1995, p. 151) – as tecnologias e infra-estruturas, isso é perfeitamente observado nas propostas de criação de “pólos” turísticos na região Amazônica, onde os controladores das redes designam os lugares e o padrão geográfico das estruturas a serem alojadas.

Segundo Dias (1995) e Santos (1985, 1999) a outorga desses lugares e dos padrões geográficos pelas redes, delimitam nódulos que incidem na composição de uma região nodal cuja conexidade sugere um conjunto de objetos relacionados pela superposição de redes principais e secundárias. Essa superposição, associada ao ordenamento seletivo do espaço pelas redes, gera, na visão de Tavares (1999), nódulos privilegiados de produção e ação que são facilmente detectados na imbricada e aprimorada produção e serviço ofertado pela atividade turística, sendo essa mediada pelos processos sociais e pelas técnicas e racionalidades de uma rede global articulada por redes de suportes e de serviços infra-estruturais (DIAS, 1996; TAVARES 1999) de hotéis, de agências de turismo, de empresas de

transporte e de *marketing*, de restaurantes e de bares, de saneamento e de transportes, etc.

Mas, como indica Santos (1999) há redes e redes, umas mais outras menos imbricadas e complexas, porém sempre relacionadas; e entender o turismo como produtor do espaço exige estudos que compreendam a configuração dessas redes, pois a organização espacial atual do turismo tem dinâmicas em que os ritmos de suas ações dão “tons” de contemporaneidade e, em cada lugar, os sinais que se manifestam na paisagem, tem de ser entendidos historicamente na sua relação com o todo estruturado, que é o real. Contudo como afirma esse mesmo autor, nem tudo é rede, onde a ordem global das redes busca impor a todos os lugares uma única racionalidade, “e os lugares respondem ao mundo segundo os diversos modos de sua própria racionalidade” (SANTOS 1999, p.269) é a convivência dialética, no lugar, de uma razão global e de uma razão local.

Turismo e espaço vivido: entre a valorização da diversidade humana e a sua transformação em espetáculo

A razão local é indubitavelmente pautada na experiência vivenciada pelos grupos sociais das áreas receptoras, também por isso são essas áreas as de maior interesse às análises geográficas. Segundo Rodrigues (1996, 1997 e 1999) e Souza (1997) a incorporação de práticas espaciais vivenciadas rotineiramente por um grupo social às demandas e razões globais das redes turísticas caracterizam o turismo como um importante e complexo fenômeno social contemporâneo originador de encontros, que podem conduzir a experiências diversas, desde a negação dos espaços vividos dos moradores das áreas receptoras, passando por sua inserção em forma de “espetáculos” até a possibilidade de experiências autênticas com a vivência espacial desses moradores. Pressupondo-se que a análise do turismo pela geografia possa contribuir para renegar intervenções impositivas, a compreensão da percepção, do sentido e da afetividade na/para com as áreas receptoras pode proporcionar subsídios para criar mecanismos de práticas turísticas diferenciais na interação dessa atividade com a relação que liga o homem a um certo meio, que nele e com ele imprimem sua materialidade.

Analisar o espaço do turismo por essa abordagem implica em tentar definir a percepção e a relação corpórea dos grupos sociais locais com o lugar e sua inserção nos empreendimentos do turismo; a percepção dos grupos sociais locais sobre esses empreendimentos e; as vias pelas quais os objetos do meio técnico-científico-informacional são modificados pelo “tecido preexistente” nos lugares (SANTOS, 1999), ou seja, os traços emocionais de sua topofilia (TUAN, 1980) que redefinem esses objetos.

A redefinição dos objetos através da topofilia, esse neologismo criado por Tuan (IDEM), evidencia-se à medida que se transforma o espaço em lugar, por meio da percepção e do intelecto experienciados pela vivência de um grupo. Essas experiências impõem um elo afetivo entre a pessoa e o ambiente físico denotando uma concretude espacial aos laços emotivos com o lugar. Segundo Santos (1999, p. 251) esses laços afetivos são impulsionados pelo próprio processo de globalização que torna evidente o corpo e com ele as sensações emotivas:

Na verdade, a globalização faz também redescobrir a corporeidade. O mundo da fluidez, a vertigem da velocidade, a frequência dos deslocamentos e a banalidade do movimento e das alusões a lugares e a coisas distantes, revelam, por contraste, no ser humano, o corpo como uma certeza materialmente sensível, diante de um universo difícil de apreender. [...] O lugar [...] é também o teatro insubstituível das paixões humanas[...].(OP. CIT., pp. 251, 258)

A concretização da redescoberta da corporeidade e das paixões humanas, no dizer de Tuan (1980, p.9), reside no fato de se viver “sempre em contato” o que suscita uma constante comunhão viabilizadora de referências pragmáticas da espontaneidade e da criatividade indispensáveis à estruturação dos símbolos “de baixo”, ou seja, interpretações subjetivas que trazem a tona a ambigüidade dos símbolos existente entre as formulações dos empreendedores acerca dos lugares a serem visitados e as formas

pelas quais esses lugares são abarcados na percepção espacial dos grupos sociais que nele vivem. Pode-se afirmar que duas pessoas não vêem a mesma realidade, ocasionando divergências de percepções, atitudes, valores e visões de mundo cujos rebatimentos imprimem diferenças entre grupos sociais que possuem relações próprias para lidar com os objetos do/no espaço.

Entretanto, como relata Tuan (1980), essas divergências aparecem relativizadas pela unicidade da realidade humana em relação a possuírem órgãos similares e pela diferenciação de seus usos em comparação com os animais, havendo, portanto, percepções comuns compartilhadas por todos os seres humanos que podem aparecer de forma diferenciada entre os vários grupos sócio-culturais, já que produto do julgamento perceptivo desses grupos. Esse julgamento ou interpretação provém e remete do/a um exercício de racionalidade que, como aponta esse autor, resulta das sensações internalizadas em um “lapso de tempo” que, longe de serem pura e estritamente experiência como estritamente pressupõe o termo *percepção*, culmina com formulações conceituais entronizadas como verdade pelos grupos sociais de um lugar.

Em se tratando dos espaços do turismo, essas formulações conceituais configuram meios de redefinir os objetos técnicos e as redes de serviços implementadas nos lugares, seja pela inserção das experiências vivenciadas pelos sujeitos locais na efetivação dos roteiros turísticos, seja pela percepção de um objeto estranho às práticas espaciais vivenciadas no local. Em ambos os casos a análise do turismo pela geografia deve transcender a idéia de que, como afirma Bourdieu (2003), a percepção é socialmente produzida para a tomada do mundo tal como ele é sem contestação, em favor da essência social das percepções humanas a cerca do mundo que compreende uma atividade bem mais complexa que uma constatação. Na visão de Tuan (1980) essa complexidade repousa justamente no caráter social da percepção proveniente de “um estender-se para o mundo” onde o espaço é a base material por excelência, para ele é “possível ter olhos e não ver; ouvidos e não ouvir” (OP. CIT., p. 14), contudo a percepção espacial mediada pela experiência transfigura-se em atitude que de certa forma se encerra em uma contestação da realidade preexistente.

A contestação da realidade prestabelecida nos projetos turísticos através da percepção e experiências transfiguradas em atitude por alguns grupos sociais, conduziram à redescoberta das singularidades espaciais pelos novos estilos do turismo, mais personalizados e diferenciados. Esse encontro do turismo com as singularidades engendraram a valorização crescente de “destinos mais primitivos, com infra-estrutura mais rústica, original e integrada ao ambiente, aproveitando-se o material e as técnicas construtivas locais” (LEONY, 1997, p. 54) e, a crescente valorização dos edifícios antigos adequados pelos gestores do turismo para hospedagem, restaurante etc. Como ressalta Haesbaert (1999, p. 17): “[...] sem dúvida uma das áreas que mais tem estimulado a diversidade territorial, através da valorização e/ou da re-criação da diferença (quando não do exótico) é o turismo, um dos setores mais dinâmicos da economia contemporânea”.

A valorização e/ou a re-criação da diferença é o prisma sobre o qual os recursos naturais e as diversidades humanas são dados como bens turísticos, isso porque fatores como o relevo, a vegetação, o clima, etc. para muitos autores são significativos à atividade turística por serem recursos nada desprezíveis à constituição das rusticidades e do exótico. Contudo, essa produção é repleta de ambigüidades, pois ao mesmo tempo em que o turismo busca áreas exóticas, marcadas por suas singularidades ambientais, imprime nelas a construção do lugar comum no qual, de acordo com Rodrigues (1997, p. 78), sobretudo a alimentação é estandardizada, mais que isso, lugares onde as pessoas simplesmente vêem o mundo, no dizer de Tuan (1980, p. 6): “Uma pessoa que simplesmente “vê” é um espectador, um observador, alguém que não está envolvido com a cena. O mundo percebido através dos olhos é mais abstrato do que o conhecido por nós através dos outros sentidos”.

Assim, a análise do turismo nessa abordagem deve provocar elucidações sobre a efetiva possibilidade dos objetos e ações dos espaços turísticos propiciarem o encontro com o outro, com o diferente, em outras palavras, de permitirem aos turistas o “estender-se ao mundo” vivenciado nas áreas receptoras e, experienciá-la com/em todos os sentidos, cujo estímulo ao uso restrito da visão limita o

interesse do sujeito pelo objeto e o estímulo a delimitação da observação e da contestação. Mesmo que a observação e a contestação dos turistas sejam, no geral, como argumenta Tuan (IDEM), uma avaliação essencialmente estética do meio ambiente, limitada a aparência, isso não descarta a relevância de sua percepção sobre o espaço, pois “[...] o julgamento do estranho é muitas vezes válido. Sua principal contribuição é a perspectiva nova” (OP. CIT., p. 75). Em muitos casos, é o fato de não fazer parte do espaço vivido pelo “nativo” e de não compartilhar de suas regras ou simplesmente não entendê-las que torna o turista livre e desobrigado de a elas se submeter, configurando-se nesses espaços conflitos, por não serem construídos na subjetividade e na inter-subjetividade orgânica, mas na objetividade organizacional.

Simbolismo, Práticas Sociais e Conflitos Territoriais: o espaço turístico como estruturante / estruturado das / pelas representações sociais

Conforme afirma Conti (1997, p. 19) o turismo é revestido “por sonhos ou por arquétipos culturais sublimares”, por isso, ele não se apropria só do espaço físico, mas do conteúdo simbólico das paisagens produzindo mitos a serem vendidos, revestindo o espaço, então, de visões simbólicas. Essas visões remetem às representações sociais forjadas pelo contingente de turistas ao qual se destina a produção espacial do turismo, ou seja, como um projeto de reconstrução objetiva ao mundo, essa atividade incide também sobre as áreas emissoras dos fluxos turísticos. Como construção objetiva do mundo essas representações são dotadas de concretude porque remetem a objetos materializados nos lugares e referenciado na experiência vivida das áreas receptoras.

As representações sobre os espaços turísticos remetem as projeções realizadas pelos gestores públicos e privados dessa atividade, ou seja, pelos símbolos criados pelos ministérios, secretarias e departamentos de turismo e, pelos operadores, agências e empresas de *marketing* e; as visões ou, como defini Urry (1996), os olhares dos turistas e de suas diversificadas demandas sobre as áreas receptoras. O entendimento desses vetores originários das práticas turísticas incidem sobre duas outras perspectivas: a análise dos discursos presentes nas representações e os símbolos forjados a partir/sobre elas. Nesse sentido, um ponto essencial para a delimitação da abordagem do turismo pelo estudo das representações é a caracterização dessa, bem como, do símbolo e da imagem.

Como demonstra Kozel (2004) a representação do mundo social encontra no espaço um esquema dialógico que a subsidia em sua elaboração para herdar dessas formas materiais, sendo assim, estruturante e estruturado das/pelas representações. Na interpretação dessa autora as representações em geografia “[...] constituem-se em criações individuais ou sociais de esquemas mentais estabelecidos a partir da realidade espacial inerente a uma situação ideológica, abrangendo um campo que vai além da leitura aparente do espaço[...].” (OP. CIT., p. 216) e, seu estudo possibilita a instrumentalização do debate sobre as estratégias dos agentes sociais para criarem e re-criarem seus espaços, dada a existência de uma forte relação entre as representação e as ações humanas, o que permite compreender a diversidade inerente às práticas sociais, às mentalidades, aos vividos, desvendar ideologias e conflitos sociais

Os dispositivos simbólicos, por sua vez, resguardam as representações ao longo do tempo, seja através da artificialização do meio ambiente ou por meio dos mitos, fábulas, taxonomias e ciência. As representações são construídas a partir do recurso a elementos simbólicos, que, em se tratando do conhecimento geográfico, consistem em objetos espaciais, inserindo-se no campo do que Bourdieu denominou de poder simbólico, “[...] esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo o exercem”. (BOURDIEU, 2003, pp. 7-8). A geografia em sua busca da compreensão da dimensão espacial da sociedade depara-se com a tarefa de analisar tanto aspectos materiais, visíveis da realidade quanto aspectos inerentes a subjetividade dos agentes, suas ações sobre o espaço e a simbologia dos lugares.

Nesse ínterim, Castro (1997) destaca que a terra sempre funcionou como fonte de símbolos e de significados, sendo a interação entre o homem e a terra condição ao estabelecimento do imaginário social,

e “[...] mais do que inspirador dos mitos e base da organização dos rituais que compõem o imaginário, o espaço é ao mesmo tempo continente e conteúdo dos seus signos e símbolos” (OP. CIT., pp. 156-157). Segundo essa autora, todo imaginário social pode revelar-se imaginário geográfico, pois todo imaginário social possui “[...] um forte componente espacial pelo poder simbólico atribuído aos objetos geográficos, naturais ou construídos, que estão em relação direta com a existência humana” (OP. CIT., p. 177). Esse forte componente espacial, na obra de Tuan (1980), é base para a definição das “imagens símbolos”, responsáveis por evidenciar traços fortes, típicos e/ou diferenciais de uma dada área definindo a “imagibilidade” de um cidade.

O turismo é uma atividade cuja primazia da elaboração de “imagens símbolos” engendram o consumo em larga escala dos espaços onde são desenvolvidas, delineando-se como um “devorador de paisagens”, degradador do meio ambiente e descaracterizador de culturas tradicionais. O aporte da venda de imagens e de signos mediante a inserção seletiva e hierárquica dos lugares no movimento global de viagem e lazer propiciado pelo turismo, perpassa todas as suas ramificações dos “paradisiacos”, redutos do sol e praia do turismo de massa, aos “bucólicos” campos e fazendas do meio rural até o “exotismo amazônico” dos hotéis de selva. O aporte simbólico dessa produção pode ser medido pela descrição feita por Marcellino (2000, p. 43) das três dimensões que envolvem a viagem de lazer- a imaginação, o real/ação e a recordação.

Dessa perspectiva é perfeitamente possível entender a relação contraditória das redes de informação, dentro do processo de construção das imagens e símbolos dos espaços do turismo. Sendo fluxo a rede tanto permite que se amplie a consciência, através da divulgação das atividades turísticas, sobre a diversidade ambiental e cultural existente no mundo por meio do contato com variado leque de culturas locais resultantes, em sua maioria, dos processos cotidianos de comunicação; como permite a saturação de imagens criação e circulação inusitada de ícones para o consumo em grande escala: a experiência individual direta com o ambiente da paisagem rústica e o nativo pitoresco.

Nesse viés, torna-se necessária a análise de como essas imagens e símbolos acabam por imprimir uma representação sobre um determinado espaço social e, como ressalta Bourdieu (2003), no campo de lutas simbólicas, quem as forjas e a quais grupos sociais desejam abarcar, além disso, faz-se mister a compreensão sobre os elementos do espaço vivido dos lugares turísticos que são, e como são, apreendidos por essas representações e, ainda, como essas representações são percebidas pelos turistas e figuram em seus imaginários, delineando espaços do “reino das liberdades e do princípio do prazer” ao qual poderá estar submetido temporariamente.

A força atrativa das imagens, símbolos e representações espaciais sobre os fluxos do turismo pode ser verificado na elucubração de Tuan (1980) sobre o crescimento recente das viagens às praias. De acordo com ele esse crescimento está ligado a divulgação da idéia da água do mar enquanto agente benéfico à saúde humana e do exercício físico, principalmente, a natação como fonte de prolongação da vida, acrescidas é bem verdade do avanço tecnológico a partir de meados do século XX, cujos reflexos se deram principalmente nos transportes e comunicações, facilitando o acesso aos balneários. Mas esse avanço poderia ter dirigido esses fluxos a outros objetos espaciais, entretanto, foi a praia que esses se dirigiram.

Para Tuan (IDEM), isso assim se definiu porque a praia possui uma forte conotação simbólica por permear o imaginário social, dados seus elementos horizontais, como um lugar de aceitação e descanso. Segundo ele “[...] sua forma tem dupla atração: por um lado as reentrâncias das praias [...] sugerem segurança; por outro lado, o horizonte aberto para o mar sugere aventura. Além disso, o corpo humano que normalmente desfruta apenas do ar e da terra, entra em contato com a água e a areia”. Santos (1999) ao tratar da significação geográfica e do valor geográfico dos objetos considera que estes advêm do papel que, pelo fato de estarem os objetos em contigüidade, formando uma extensão contínua, e sistematicamente interligados, eles desempenham no processo social.

Emerge uma outra variável necessária na perspectiva de análise do turismo a partir das representações sócio-espaciais: o uso distinto dos objetos turísticos conforme a visão social de mundo de

cada grupo humano. No caso da praia uma vez sendo muito grande a variedade de percepções e de interesses entre esses grupos configuram-se diversas visões de mundo e representações espaciais para o uso dessa área, o que eventualmente ocasiona intensos e relevantes conflitos entre as diversas demandas por lazer. Urry (1996) e Knafo (1999) demonstram que a problemática do turismo de massa, forma geralmente assumida pelo turismo de praia (mais conhecido como turismo de sol e praia), não reside necessariamente na possibilidade do “turismo destruir o turismo” pela total transformação e degradação dos lugares de recepção, mas na variação de percepção das demandas turísticas.

Para o primeiro autor essa percepção deriva do olhar romântico do turista - que percebe o turismo de massa como uma prática limitadora das atividades turísticas; e do olhar coletivo do turista - que percebe os lugares mais adensados não como uma limitação das práticas turísticas mas como uma atração de demandas. Para o segundo autor esses dois olhares podem ser traduzidos pelas heranças elitistas e pelas práticas de massa respectivamente. Sendo assim, o turismo de massa e, portanto, o turismo de praia, deve ser entendido como um aumento dos fluxos de viagens a um dado destino induzidas pela necessidade de descanso e de experiências prazerosas, mas cuja compreensão da concentração espacial e da densidade da ocupação emana da percepção de traços distintos de origem e destino comum dentro de um dado grupo social (GOMES, 2002).

Com relação às diversas representações sociais estabelecidas sobre a praia, há ainda uma outra parcela, que preside o estabelecimento de ordenamentos funcionais de objetos e denota conflitos, a ser abarcada. Seria a relação entre o visitante (turista) e o nativo (população local). Tuan (1980) ao refletir sobre a percepção diferenciada do nativo em relação ao visitante ou turista, antes de mais nada, ressalta a impossibilidade de se negligenciar as impressões fugazes das pessoas de passagem em uma sociedade de alta mobilidade, para em seguida dizer que em geral “[...] somente o visitante (e especialmente o turista) tem um ponto de vista; sua percepção freqüentemente se reduz a usar os seus olhos para compor quadros” (OP. CIT., p. 72). Enfim, retorna-se ao reino das “liberdades e ao princípio do prazer” ao qual os turistas estão submetidos temporariamente em contra partida ao reino da necessidade e ao princípio da realidade vivenciada segundo o qual os “nativos” são consumidores e produtores do lugar.

Considerações finais

A gama muito diversa de relações e o forte dinamismo que caracterizam a atividade turística desembocam num potencial considerável de transformação do espaço e, por conseguinte, criam a necessidade da geografia, enquanto ciência dedicada a compreensão da construção social do espaço, de estabelece um sistema explicativo sobre a dinâmica dessa atividade e sobre os reordenamentos proporcionados por esta, principalmente, nos espaços receptores, onde se notam situações as mais diversas como a deterioração de tradicionais espaços turísticos inviabilizando a continuidade do desempenho dessa função; e a construção de espaços fortemente artificiais onde a natureza não tem relevância.

Diante da necessidade de implementação de um sistema explicativo dos rebatimentos sócio-espaciais do turismo foram propostas, de forma introdutória, três abordagens gerais no estudo do turismo pela geografia, tomando num primeiro momento a produção do espaço como referencial central, num segundo momento a perspectiva envolta pelo conceito de espaço vivido e, por fim, valorizando o papel das representações sócio-espaciais. Faz-se necessário ressaltar a não existência de preponderância de qualquer delas em detrimento das demais, podendo mesmo realizar-se estudos que as conjuguem ou que se restrinjam a uma delas sem a perda de relevância da abordagem.

No âmbito da primeira perspectiva enfatiza-se a intensa criação e recriação do espaço para atender uma demanda específica do turismo voltando, assim, sua atenção para os espaços receptores por serem nesses a realização efetiva da produção e do consumo desse fenômeno. Com base em Santos (1999) os espaços turísticos são vistos como um conjunto de fixos e fluxos delineados em um sistema de objeto e um

sistema de ações dialeticamente articulados. Neste sentido são reconhecidos dois eixos complementares: um dedicado aos processos sociais que permitem a constituição de espaços turísticos, e outro, voltado ao entendimento da inserção desses espaços na rede mundial de turismo.

A segunda perspectiva de análise do turismo pela geografia implica a definição da percepção e da relação corpórea dos grupos sociais locais com o lugar buscando entender sua inserção nos empreendimentos do turismo; a percepção dos grupos sociais locais sobre esses empreendimentos e; as vias pelas quais os objetos técnicos inerentes ao turismo são modificados pelos traços emocionais locais, ou seja, pela topofilia (TUAN, 1980). Por fim volta-se a atenção para o papel das representações sócio-espaciais enfatizando a análise dos discursos presentes nas representações e os símbolos forjados a partir/sobre elas. Essas representações sobre os espaços turísticos dizem respeito as projeções realizadas pelos gestores públicos e privados dessa atividade e pelas visões ou, como define Urry (1996), os olhares dos turistas e de suas diversificadas demandas sobre as áreas receptoras.

Bibliografia

- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2003.
- CASTRO, I. E. de. Imaginário político e território: natureza, regionalismo e representação. In: CASTRO I. E. de; GOMES, P. C. da C.; CORRÊA, R. L. (Orgs.) In: **Explorações geográficas: percursos no fim do século**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1997.
- DERRUAU, M. **Geografia humana II**. 3 ed. Lisboa: Presença, 1982.
- DIAS, L.C. Redes: emergência e organização. In: CASTRO, I. E. et al. **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1995.
- GOMES, P. C. da C. *A condição urbana: ensaios de geopolítica da cidade*. Rio de Janeiro: Bertrend, 2002.
- HAESBAERT, R. Região, diversidade territorial e globalização. In: **Revista Geographia**, n. 1, v. 1. Niterói, Departamento de Geografia, 1999.
- KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: Rodrigues, A. B. (org.) **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 2 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- KOZEL, S. As representações no geográfico. In: MENDONÇA, F; KOZEL, S. (Orgs.) **Elementos de epistemologia da geografia contemporânea**. Curitiba: Ed. da UFPR, 2004.
- LEONY, A. Circuito do diamante: uma abordagem do ecoturismo na Bahia. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e Ambiente: reflexões e propostas**. São Paulo: Hucitec, 1997.
- MARCELINO, N. B. C. **Estudos do lazer: uma introdução**. 2 ed. Campinas: Autores Associados, 2000.
- RAFFESTIN, C. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.
- RODRIGUES, A. B. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. São Paulo: HUCITEC, 1996.
- _____. Turismo local: oportunidade para inserção. In: RODRIGUES, A. B. (Org.) **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1997.
- _____. (Org.). **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 2 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- RUSCHMANN, D. V. M. Planejamento e ocupação do território através da expansão da atividade turística: condicionamentos básicos a partir da questão ambiental. In: RODRIGUES, A. B. (org.). **Turismo e Ambiente: reflexões e propostas**. São Paulo: Hucitec, 1997.
- SANTOS, M. *Espaço e Método*. São Paulo: Nobel, 1985.
- _____. **A natureza do espaço: técnica e tempo; razão e emoção**. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- SOUZA, M. L. de. Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local? In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: HUCITEC, 1997.
- TAVARES, M. G. da C. **A dinâmica da rede de distribuição de energia elétrica no Estado do Pará**

(1960 – 1996). Rio de Janeiro: UFRJ, 1999. (Tese de Doutorado)

TUAN, Y. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo/Rio de Janeiro: DIFEL, 1980.

URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 1996.

Trabalho enviado em agosto de 2004

Trabalho aceito em dezembro de 2004