

## A geografia e a dimensão espacial do turismo: Um ensaio exploratório

<sup>1</sup>Kelson de Oliveira Silva e <sup>2</sup>Maria Aparecida Pontes da Fonseca

<sup>1</sup>Aluno de IC voluntário, <sup>2</sup>Professora Orientadora do Departamento de Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte

---

### Resumo

O presente trabalho se constitui em ensaio exploratório, tendo como propósito contribuir com a discussão epistemológica sobre o interesse da geografia em estudar o turismo e suas repercussões sócio-espaciais, em razão de sua característica intrínseca que tem no espaço seu *locus* de reprodução. O interesse dos geógrafos em estudar as repercussões sócio-espaciais do turismo teve sua origem no século XIX e nas primeiras décadas do século XX. No Brasil, no final da década de 1970, surgem as primeiras pesquisas eminentemente geográficas preocupadas em analisar a atividade turística, seguimento econômico que no país começava a ganhar expressão em decorrência de políticas públicas voltadas para esse setor.

*Palavras-chave:* Geografia, Turismo, Espaço

---

### Abstract:

This paper is an exploratory test aimed at contributing to the epistemological discussion of geography's interest in studying tourism and its socio-spatial repercussions, in light of its intrinsic characteristic whose focus of reproduction lies in space. The interest of geographers in studying the socio-spatial impact of tourism has its origins in the nineteenth century and early decades of the twentieth century. In Brazil, the first strictly geographic research on tourist activity emerged in the late 1970s. This economic activity started to gain importance as a result of public policies directed towards this sector.

*Keywords:* Geography, Tourism, Space

## **1. Introdução**

O presente trabalho se constitui em um ensaio exploratório que tem como objetivo contribuir com a discussão epistemológica sobre o interesse da geografia pelo estudo do turismo. Por meio de levantamento bibliográfico foi possível identificar alguns estudos geográficos da atividade turística, realizados entre o século XIX e início do século XX, período em que o turismo alcança maior importância em nível mundial, principalmente após a Segunda Guerra Mundial, quando um número significativo de europeus e norte-americanos passou a se deslocar em viagens de lazer.

Em decorrência da expressão social e econômica que o turismo vem assumindo nas últimas décadas, movimentando grande volume de pessoas e de capital, diferentes ramos das ciências humanas têm se dedicado ao estudo de suas repercussões sócio-espaciais. O interesse da geografia em estudar a atividade turística se fundamenta no fato de que o turismo se reproduz consumindo o espaço, em virtude da necessidade irremediável do deslocamento entre as diferentes instâncias de sua reprodução: o pólo emissor; os espaços de deslocamento e o pólo receptor.

## **2. Geografia e os primeiros estudos da atividade turística**

De acordo com Castro (2006, p. 17), o interesse da geografia pela dimensão espacial do turismo tem sua origem no século XIX, com os primeiros registros atribuídos ao geógrafo Kohl, em obra datada de 1841, tratando da capacidade transformadora do espaço provocada pelo deslocamento de pessoas em direção a um determinado lugar; e no início do século XX, quando Hettner e Hassert, geógrafos alemães, também desenvolveram trabalhos analisando a atividade turística.

Castro (2006, p. 17) atribui ao geógrafo austríaco Stradner a origem do termo *fremdenverkehrsgeographie* - Geografia do Turismo – em trabalho publicado em 1905, no qual o autor estava interessado em estudar os efeitos positivos do turismo na balança de pagamentos e as motivações que levavam as pessoas a viajar. Ainda conforme Castro (2006, p. 17-18), Ruppert e Maier, em obra datada de 1969, teriam reconhecido o peso

que o lazer começava a assumir na sociedade da época, chegando a considerá-lo tão importante quanto o trabalho, a moradia e a educação, propondo colocar como objeto de estudo as formas e os processos de organização espacial demandados pelos grupos humanos ao realizarem a função vital do lazer e do descanso.

Assim sendo, os primeiros estudos geográficos do turismo se desenvolveram fundamentalmente voltados à análise do meio rural e dos impactos sobre os recursos naturais, e, de acordo com Coriolano e Silva (2005, p. 99), posteriormente passaram a se preocupar com as questões ligadas ao lazer e às áreas urbanas apropriadas pelo turismo.

Antecedendo-se à discussão contemporânea entre a geografia e o turismo, a Sociedade de Geografia de Lisboa organizou, em 1936, o I Congresso Nacional de Turismo, na capital portuguesa – Lisboa – no qual a temática geral e os eixos secundários discutiram o turismo e a sua dimensão espacial, isso ainda na década de 1930, quando esse ramo econômico ainda não havia despertado o interesse dos estudiosos das ciências humanas (ALEXANDRE, 2001, p. 19). Entretanto, segundo Coriolano e Silva (2005, p. 100), é a partir da década de 1960 que a geografia francesa passa a produzir um significativo número de trabalhos eminentemente voltados à análise espacial do turismo.

No Brasil, conforme Castro (2006, p. 194), o interesse do geógrafo em pesquisar a atividade turística é recente. O primeiro trabalho no Brasil tendo como análise geográfica o turismo foi a tese de doutoramento do Prof. Dr. Armando Corrêa da Silva, intitulada “O litoral norte do estado de São Paulo. Formação de uma região periférica” que, conforme Castro (2006, p. 20), foi defendida em 1975, no Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo-USP.

Igualmente, Castro (2006, p. 172) levantou um acervo documental de cento e sessenta e duas produções acadêmicas, entre teses de Livre Docência e Dissertações de Mestrado, tratando de temas ligados à atividade turística e relacionados à análise geográfica, defendidas em vinte e dois programas de pós-graduação no Brasil. A pesquisa de Castro (2006) tomou como referência trabalhos eminentemente geográficos preocupados em análises espaciais da atividade turística no Brasil.

O “ranço” acadêmico e a dificuldade da geografia em desenvolver análises espaciais quanto à atividade turística, segundo Coriolano (2003, p. 122-123), dá-se em decorrência da inexistência de uma epistemologia do turismo, sendo muito forte a dicotomia teoria/empíria, pois, “para muitos pesquisadores, o turismo se trata de um objeto de menor importância a ser estudado”, ainda bastante discriminado no meio acadêmico, embora se constitua numa atividade econômica e social dotada de grande capacidade de repercussão sobre os territórios; além de mobilizar um intenso e numérico fluxo de pessoas.

Reconhecendo a relevância de se estudar a atividade turística, o professor e geógrafo Milton Santos, na ocasião em que ministrou a disciplina Sociedade e Natureza<sup>1</sup>, fez algumas recomendações sobre o estudo do turismo; apontamentos anotados por Coriolano (2003) e que lhes serviram de base para o início de sua carreira como pesquisadora. Essas observações ressaltam a relevância do Turismo enquanto atividade produtora de espaço:

Não vamos pensar o turismo como um fenômeno isolado. Vamos concebê-lo não como atividade econômica, mas como plenitude da existência humana. Vamos encontrar uma forma mais generosa de fazer turismo, que inclua a humanidade. Vamos esquecer a balança de pagamento e nos lembrarmos do processo civilizatório, porque o turismo pode contribuir para uma civilização mais humana. Turismo é política das empresas. É uma atividade criadora de riqueza e de emprego, mas, sobretudo de visão do mundo. (CORIOLANO, 2003, p. 122-123).

Com base em suas anotações pessoais, por ocasião do curso acima citado, Coriolano (2003, p. 124) tomou nota das falas do professor Milton Santos, ficando explícita nesses manuscritos a importância da geografia em estudar o turismo: “De turismo eu não entendo, mas, se ele está no território, se ele faz a geografia do movimento, do espaço de comando, do uso competitivo dos lugares, da revalorização dos lugares, da racionalidade dos espaços, ele pertence à Geografia”. Embora Milton Santos não tenha deixado uma contribuição direta quanto à análise geográfica do

---

<sup>1</sup> Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* “Ensino de Geografia”, oferecido pela Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa da Universidade Estadual do Ceará (UECE), através do Núcleo Regional de Especialização (NURECE), aos professores do Departamento de Geografia da UECE e ministrado pelo professor Milton Santos, em 1986 (CORIOLANO, 2005).

turismo, Coriolano (2003, p. 124) afirma que sua teoria explica o turismo, considerando-se que o espaço é elemento de fundamental relevância para quem deseja se deslocar em busca de lazer.

### **3. A dimensão espacial do turismo**

O espaço – objeto de estudo da geografia – “formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações”, conforme definição de Santos (2008, p. 63), – constitui-se fundamentalmente no substrato pelo qual o turismo se reproduz. Os elementos necessários para o desfrute do turista estão distantes e fora do seu lugar habitual de convivência. A beleza cênica das praias, dos biomas e ecossistemas terrestres e aquáticos; os animais exóticos; o clima inóspito, a pluralidade cultural e folclórica de determinadas regiões; o comércio e seus mais diversos atrativos de consumo; a sofisticada e luxuosa infra-estrutura hoteleira, o patrimônio histórico das cidades e povoados são atrativos à demanda turística numericamente crescente, sendo, portanto, o que sujeita o turista a se deslocar espacialmente; uma vez que esses fixos estão localizados em outro lugar.

Esse fato coloca para o visitante uma condição irrefutável e óbvia: a necessidade de deslocamento espacial, criando fluxos entre uma origem e um destino. Os elementos para seu desfrute, criados e forjados socialmente pelos agentes turísticos como atrativos de consumo, estão distantes, o que impõe ao visitante a necessidade de cruzar cidades, ou as fronteiras que separam os países. O turismo se apropria do espaço, transformando-o em mercadoria universal por excelência e territorialmente fracionada para atender ao capital: “Como todas as frações do território são marcadas, doravante, por uma potencialidade cuja definição não se pode encontrar senão a posteriori, o espaço se converte numa gama de especulações de ordem econômica, ideológica, política, isoladamente ou em conjunto” (SANTOS, 2007, p. 30).

Os objetos geográficos criados e mantidos pela e para a atividade turística são elementos carregados de intencionalidades e com atribuições implícitas em seu conteúdo. Cabe ao marketing turístico promover e conduzir o processo de venda dos produtos, das coisas e dos objetos turísticos, induzindo o consumo por meio do que

Santos (2008, p. 255) chama de “psicosfera<sup>2</sup>”. Ainda de acordo com Santos (2007), os objetos geográficos já nascem prenhes de simbolismo, de representatividade, de uma intencionalidade destinada a impor a ideia de um conteúdo e de um valor que, em realidade, eles não possuem.

De acordo com Fonseca (2005), o turismo implica em uma ruptura com o cotidiano, uma vez que o indivíduo tem necessariamente que viajar para que possa ser considerado turista. Nesse sentido, a motivação estaria na busca de desfrute dos recursos turísticos naturais e ou culturais que outras localidades oferecem. As particularidades de cada lugar e as singularidades dos destinos também são fatores que contribuem para a escolha do turista, acirrando a disputa pelos lugares turísticos.

Por outro lado, a apropriação turística do espaço tem relação com as características da localidade, pois, de acordo com Fonseca (2005, p. 32), o turismo é uma atividade que se baseia no consumo do espaço geográfico. Para que uma localidade se torne objeto de desejo e de consumo turístico ela deve apresentar algumas peculiaridades que possibilitem a atração de visitantes.

Atualmente existe uma crescente procura por áreas dotadas de paisagens preservadas e sob condições climáticas agradáveis associadas ao binômio sol e praia, busca essa idealizada a partir da valorização do litoral como espaço de consumo e apropriação (FONSECA, 2005, p. 29). Assim, o turismo tem uma característica peculiar e indiscutível que possibilita que essa atividade social e econômica seja passível de ser estudada pela geografia, considerando-se a necessidade de deslocamento espacial dos turistas e a mobilização dos fluxos de pessoas, capital e de mercadorias.

Ainda segundo Fonseca (2005, p. 30), a motivação que justifica a ruptura do cotidiano e a necessidade de deslocamento do indivíduo para outras localidades está no fato de que os elementos do consumo turístico se encontram em outro lugar. Para a autora, uma localidade somente se torna objeto de desejo e de consumo turístico quando apresenta alguma característica que possibilite a atração do visitante. Assim, a diferenciação do espaço turístico, segundo Fonseca (2005, p. 33), constitui-se em um dos principais fatores de competitividade entre os destinos.

---

<sup>2</sup> “Psicosfera, reino das ideias, crenças, paixões e lugar da produção de um sentido, também faz parte desse meio ambiente, desse entorno da vida, fornecendo regras à racionalidade ou estimulando o imaginário”.

Para Palomeque (2001, p. 112), a condição espacial do turismo aparece reforçada no fato de que a atividade turística se dá entre uma origem e um destino, portanto, “el turismo es, ante todo, un fenómeno social de naturaleza espacial”. Neste sentido, a geografia estuda a dimensão territorial do turismo, entendido como espaço de relações de poder, como lócus de conflitos; e que necessita de controle social.

O espaço, quando apropriado pela atividade turística, é “turistificado”, sendo alvo da interferência de políticas públicas e privadas (CORIOLANO; SILVA, 2005, p. 119). As contradições resultantes da forma diferenciada e seletiva de reprodução do turismo sobre o lugar implicam em consequências mais patentes do que nas demais atividades econômicas, porque, de acordo com Coriolano e Silva (2005, p. 90), já em sua origem o turismo surge elitista, sendo, então, uma atividade produtora do que Cruz (2007, p. 26) chama de “pseudo-lugar”, ou seja, formas sem historicidade, carregadas de artificialidades e a serviço do turismo ou do lazer.

Ainda conforme Coriolano e Silva (2005, p. 44), o turismo reproduz a organização desigual e combinada do capital hegemônico, ajudando a responder às crises globais do capital mundial, submetendo diretamente o Estado em favor do mercado. Enquanto atividade social é prática econômica, política, cultural e educativa, que estabelece relações sociais e de poder entre residentes e turistas, produtores e consumidores (CORIOLANO; SILVA, 2005, p. 44-45), envolvendo logísticas globais sob o comando de corporações e bancos internacionais que se sobrepõem à autonomia dos governos estaduais e municipais; redirecionando suas ações para atendimento de interesses globais.

#### **4. Considerações finais**

Em razão da natureza do turismo em se apropriar do espaço para a sua (re) produção, os geógrafos passaram a se interessar pelas implicações dessa atividade social e econômica. Os objetos materiais e imateriais que se constituem elementos pelo qual o turismo se apropria e os transformam em produto turístico, estão espacialmente distribuídos e localizados no território. Esses elementos culturais, históricos e paisagísticos fixados no espaço, propõem ao turista a oportunidade de se deslocar de sua

cidade de origem em busca do desfrute dos recursos turísticos presentes em outros lugares. O espaço, desse modo, se constitui a base material no qual estão fixados os elementos de consumo da atividade turística. Seja de ordem material ou cultural esses recursos se constituem, fundamentalmente, como o motivo do deslocamento de pessoas em viagens de lazer e descanso.

Enquanto ciência social a geografia tem no espaço seu objeto de estudo e ao reconhecer a capacidade impactante da atividade turística, passa necessariamente a estudar o turismo, buscando contribuir com a sociedade ao colocar em evidência a contradição e a injustiça do modelo econômico vigente também presente nas diversas formas de reprodução da atividade turística.

Portanto, diante da condição espacial da atividade turística e da apropriação territorial dos lugares “turistificados”, pode-se afirmar que a geografia dispõe de recursos teóricos e metodológicos para estudar as implicações dessa atividade sócio-econômica. Em razão de sua natureza sazonal, o turismo movimenta fluxos de pessoas entre o domicílio permanente e o destino turístico, constituindo-se assim, particularmente, em objeto de pesquisa da geografia. Suas repercussões sócio-espaciais, paisagísticas e o grande volume de capital e pessoas que movimenta são questões passíveis de ponderações críticas no âmbito do arcabouço teórico e conceitual da geografia.

### **Referências bibliográficas**

ALEXANDRE, José Alberto Afonso. **O turismo em Portugal: evolução e distribuição**. Aveiro, 2001. 135 p. Dissertação (Mestrado em Inovação e Políticas de Desenvolvimento). Universidade de Aveiro.

BOYER, Marc. **História do turismo de massa**. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru: EDUSC, 2003. 170 p.

CASTRO, Nair Aparecida Ribeiro de. **O lugar do turismo na ciência geográfica: contribuições teórico-metodológicas à ação educativa**. São Paulo, 2006. 295 p. Tese (Doutorado em Geografia). Programa de Pós-Graduação em Geografia Física. Universidade Federal de São Paulo.



CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. SILVA, Sylvio C. Bandeira de Mello e. **Turismo e Geografia: abordagens críticas**. Fortaleza: UECE, 2005. 174 p.

\_\_\_\_\_. O professor Milton Santos e a pesquisa do turismo no Ceará. In: LIMA, Luiz Cruz (Org.). **Conhecimento e reconhecimento: homenagem ao geógrafo cidadão do mundo**. Fortaleza: EDUECE, 2003. 121-125 p.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Geografias do turismo: de lugares a pseudo-lugares**. São Paulo: Roca, 2007. 140 p.

FONSECA, Maria Aparecida Pontes da. **Espaço, políticas de turismo e competitividade**. Natal: EDUFRN, 2005. 224 p.

PALOMEQUE, Francisco López. El turismo en el desarrollo local y regional: aportaciones conceptuales. In: BENEDICTO, José Luis Luzón. SPINOLA, Noelio Dantaslé. **Desarrollo regional**. Barcelona: MEDAMERICA, 2001. p. 109-140.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2008. 384 p.

\_\_\_\_\_. **Pensando o espaço do homem**. 5. ed. São Paulo: EDUSP, 2007. 96 p.

Kelson de Oliveira Lima

**Endereço eletrônico:** kelson@ufrnet.br

**Grupo de pesquisa:** Turismo e Sociedade

**Endereço postal:** Departamento de Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Campus Universitário, Natal/RN, 59078-970, Brasil