

## Ensaio:

# Geografia e Turismo: Em Busca de uma Interação Complexa

Revista Rosa dos Ventos -  
Turismo e Hospitalidade

7(3) 440-458, jul-set, 2015

© O(s) Autor(es) 2015

ISSN: 2178-9061

Associada ao:

Programa de Pós-Graduação em

Turismo e Hospitalidade

Hospedada em:

<http://ucs.br/revistarosadosventos>



Maurício Ragagnin Pimentel<sup>1</sup>, Antonio Carlos Castrogiovanni<sup>2</sup>

## RESUMO

Este é um ensaio sobre as diferentes propostas de estudo do turismo que emergem desde a Geografia. Procuramos registrar os distintos matizes e entendimentos epistêmicos resultantes do encontro desses campos de estudo e suas contribuições. Nesse gênero de texto é usual o expediente da criação de (falsas) oposições entre tais entendimentos e seus autores como recurso narrativo. Isso possui um caráter disjuntivo e empobrecedor, na medida em que as diferentes abordagens são os fios de uma trama complexa cuja tessitura auxilia uma compreensão mais abrangente, embora sempre temporária. Para federar as diferentes proposições geográficas sobre o Turismo utilizamos como dispositivo a concepção proposta por Di Méo & Bulèon (2007) de uma ontologia tripartite do espaço, que é ao mesmo tempo extensão objetiva, dimensão vivida e produto social. Percebemos que o turismo, assim como o espaço, também possui uma ontologia múltipla. Nesse sentido, apontamos para três possíveis aberturas de seu estudo pela Geografia que preenchem o significativo <turismo> de modo distinto ao caráter de mercado que lhe é frequentemente atribuído. Um destaque do texto é o uso de bibliografia pouco frequente em trabalhos em língua portuguesa.

**Palavras-chave:** Geografia do Turismo. Complexidade. Espaço Turístico.

<sup>1</sup> **Maurício Ragagnin Pimentel** – Mestre. Professor Assistente na Universidade Federal do Rio Grande [FURG], Campus Santa Vitória do Palmar, RS. Currículo: [lattes.cnpq.br/1786556571533985](http://lattes.cnpq.br/1786556571533985) E-mail: <[mauriciopimentel@terra.com.br](mailto:mauriciopimentel@terra.com.br)>

<sup>2</sup> **Antonio Carlos Castrogiovanni** – Doutor. Professor do Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS. Currículo: [lattes.cnpq.br/7721027764504488](http://lattes.cnpq.br/7721027764504488). E-mail: [castroge@ig.com.br](mailto:castroge@ig.com.br)

## ABSTRACT

**Tourism and Geography: In the Pursuit of a Complex Relation** - This is an essay on tourism different study proposals since Geography. We intend to record the distinguished epistemic understandings that result from the meeting of these fields of inquire and its contributions. In this kind of text, it is common to create (false) oppositions between such understandings and its authors as a narrative underpin. With that comes a more poor and disjunctive knowledge, since the different approaches are threads of a complex fabric of which interweave helps us to form a more broad comprehension, although always a temporary one. To federate the different geographical propositions on tourism we utilized triple ontology of space from Di Méo & Buléon (2007). There, space is at the same time an objective extension, a lived dimension and a social construct. We acknowledge that tourism, as space, has a multiple ontology. In this sense, we point three possible openings of its study by Geography, all of which fill this significant in a different way than the market character that is commonly attributed to it.

**Keywords:** Tourism Geography. Complexity. Tourist Space.

### TURISMO E GEOGRAFIA, RAMOS QUE SE ENTRELAÇAM

A relação entre Turismo e Geografia parece estar na origem da concepção moderna de ambos os termos. Em seu livro *Epistemologia da Geografia*, Paul Claval (2011) narra a viagem de um geógrafo na condição de turista pela costa italiana e relata como lhe é possível testemunhar o encontro de uma formação rochosa de milhares de anos com uma ferrovia realizada no pós-guerra, especificidades de determinada vegetação e aspectos da formação social que se desenvolveu e integrou-se àquele ambiente. O enfoque no espaço e suas relações como campo de estudos permite ao geógrafo esse olhar integrador de quem lê a paisagem como uma grande narrativa.

O desenvolvimento desse olhar científico sobre o espaço ocorreu em paralelo ao desenvolvimento de outro código visual, o do turista, que decifra o mundo pelo simbólico, pelo lúdico e na descoberta despreziosa do espaço (Urbain, 2002; Lofgren, 2006). Ambos surgem e se expandem com o advento da modernidade e a revolução dos transportes, que torna o mundo acessível. O exemplo da transformação do olhar sobre os Alpes é testemunho desse berço comum entre Geografia moderna e Turismo (Équipe Mit, 2005; Bagnoli, 2006). Tido como local inacessível, conotado pelo perigo e monstruosidade, o interesse pela exploração e a curiosidade científica levam ao desenvolvimento de práticas esportivas como a escalada e o esqui. Tal desdobramento ocorre em paralelo ao código estético do romantismo, que atribui o caráter de belo e sublime à paisagem montanhosa. Percebe-se o início de uma prática turística que tem como objeto o espaço, o alpinismo, e por outro lado, o desenvolvimento de uma ciência, a glaciologia.

**GEOGRAFIA, COMPLEXIDADE E TURISMO: SUBINDO NO TAPETE VOADOR**

O Turismo é caracterizado pela mobilidade: por fluxos de viajantes, movimentos de capital, deslocamentos de objetos, trânsito de símbolos. Em outras palavras, é um entrelace de múltiplas trajetórias que auxiliam a tecer o Espaço Geográfico (Massey, 2008; Santos, 2006); assim despertando o interesse de seu estudo desde a Ciência Geográfica. O Turismo tem sido uma pauta frequente na agenda de estudos geográficos, sendo considerado a partir de métodos e pressupostos teóricos bastante diversificados, embora complementares, como apontam as sintetizações de Pearce (1987), Rodrigues (1997) e Bagnoli (2006). Essa variedade reflete a complexidade do trabalho do geógrafo, produto de uma ciência que, como aponta Claval (2011), além da ênfase no espaço, apoia-se e constitui-se no diálogo com epistemologias de outros domínios. O Paradigma da Complexidade nos apresenta a possibilidade de compreendermos essa diversidade de contribuições valorizando o aporte de cada uma e escapando de uma lógica disjuntiva.

O Paradigma da Complexidade surge como uma tentativa de ultrapassar o que é denominado por Morin (2008, 2003) como Paradigma da Simplificação. Esse último teria sido uma das fundações da Ciência Moderna, tendo como baliza o propósito cartesiano de apenas aceitar ideias 'claras e distintas', na separação estanque entre sujeito [*ego cogitans*] e objeto [*res extensa*], o que vem a implicar na cegueira para aspectos do real, invisíveis sob essa proposta. Sua operação se dá pela redução – do complexo ao simples, da molécula ao elemento mínimo –, pela disjunção – entre objetos e seu ambiente, entre sujeito e objeto, entre razão e emoção –, pela rejeição – da eventualidade, da desordem, do emocional na produção do conhecimento – por uma lógica linear, pela busca do princípio causal, por uma ontologia baseada em unidades fechadas e pela divisão da ciência em disciplinas com fronteiras demarcadas (Morin, 2008). Sob o Paradigma da Simplificação, grandes avanços foram realizados por pesquisadores crentes no dogma progressista de desvendar os mecanismos do universo, e imbuídos do desejo humano de compreender e domesticar a natureza.

A Complexidade não nega que a simplificação seja necessária, mas aponta que é imprescindível ir além, ultrapassá-la. Morin (2008) faz uma analogia da busca pelo conhecimento como uma viagem em um tapete voador que navega em incertezas e contradições, flutuando entre ordem e desordem, em um 'fluido' mutável, cuja ancoragem em uma suposta verdade última não passa de ilusão, pois as verdades são sempre temporárias, biodegradáveis. O Paradigma da Complexidade, assim, almeja romper com o raciocínio linear e reducionista que esquarteja o real para que caiba em seus esquemas de análise; admite a contradição, o acaso e a contingência como definidores da dinâmica do mundo real, busca uma compreensão dialógica da relação entre todo e parte, fugindo do parcelamento, mas também de um holismo vulgar e vazio; lança sobre a realidade um olhar visando captar sua multidimensionalidade; e aventurar-se, enfim, pelas incertezas do mundo do conhecimento, enfatizando que:

Não se trata, de forma alguma, de um pensamento que expulsa a certeza com a incerteza, a separação com a inseparabilidade, a lógica para autorizarem-se todas as transgressões. A démarche consiste, ao contrário, num ir e vir constantes entre certezas e incertezas, entre o elementar e o global, entre o separável e o inseparável. Ela utiliza a lógica clássica e os princípios de identidade, de não-contradição, de dedução, de indução, mas conhece-lhes os limites e sabe que, em certos casos, deve-se transgredi-los. Não se trata, portanto de abandonar os princípios de ordem, de separabilidade e de lógica – mas de integrá-los em uma concepção mais rica. (Morin, 2003, p.35)

Morin (2008) nos aponta que o pensamento complexo não pode ser entendido a partir da ótica do pensamento simples. Não se trata de retomar a ambição de controlar e dominar o real, e sim de exercer um pensamento capaz de dialogar e de negociar com ele. O autor ainda assinala que é preciso dissipar duas ilusões: a primeira é crer que a complexidade conduz à eliminação da simplicidade; a segunda é confundir complexidade com completude, pois “o pensamento complexo aspira ao conhecimento multidimensional. Mas sabe, à partida, que o conhecimento completo é impossível” (Morin, 2008, p.9). Quanto à pesquisa social, o autor nos diz termos meta-pontos de vista sobre a nossa sociedade, mas como membros dessa não podemos nunca atingir o meta-sistema, o sistema superior, meta-humana e metassocial e, mesmo que o pudéssemos, nenhum sistema possibilita uma explicação ou expressão total e absoluta. O conhecimento deve conter um princípio autocrítico e auto-reflexivo.

Para Di Méo & Buléon (2007) a complexidade inspira um modo operatório do pensamento em que:

Nós podemos qualificá-lo como complexo naquilo que acentua sobre as relações e sobre as interações, sobre a dinâmica e o movimento, sobre as contradições, sobre a natureza indissociável do espaço e do tempo, sobre o caráter multidimensional das espacialidades e das temporalidades (p.9)<sup>3</sup>.

Tendo isto em vista, esse caráter multidimensional e multiescalar das espacialidades e temporalidades, é que os autores elaboram uma proposta para compreensão do espaço que nos servirá como ponto de partida na apresentação de algumas abordagens geográficas do turismo.

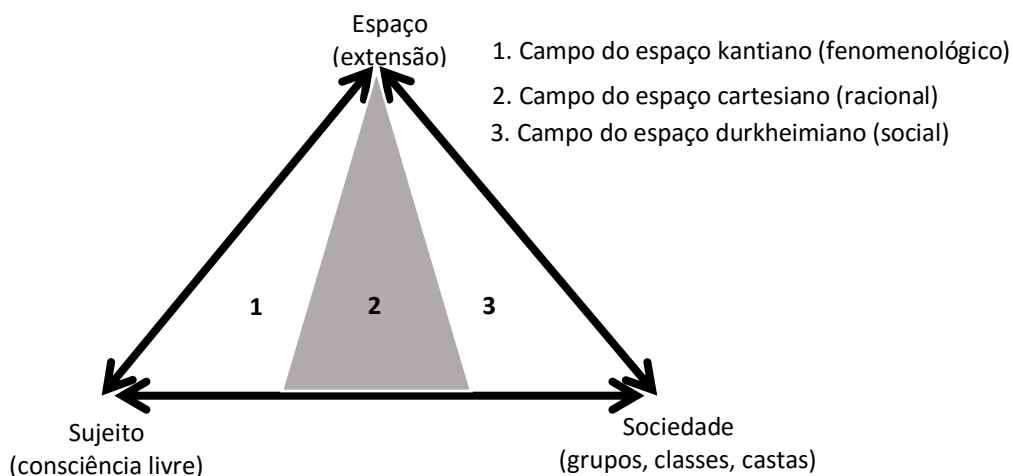
### **UMA VIAGEM TURÍSTICA PELO ESPAÇO GEOGRÁFICO**

Em sua obra, Di Méo & Buléon (2007) consideram o espaço como sendo composto em três campos, denominados como fenomenológico, racional e social, que embora se reportem a concepções distintas são parte da mesma realidade. Há o espaço da geograficidade, esse espaço da experiência, do mundo vivido e conhecido pelo sujeito. Há o espaço cartesiano, entendido como objetividade extensa, regido por leis independentes das distribuições e localizações. Um espaço naturalizado, que não se distingue da matéria, mas se constitui nessa extensão das relações e disposições entre coisas. Tal espaço cartesiano permite uma análise das distribuições e relações espaciais e a compreensão da noção de escalas. Há também o espaço produzido pelo social, em um sentido material e também simbólico. É um espaço articulado pelos sistemas (culturais, políticos, religiosos, econômicos) que regem a existência dos grupos humanos, onde esses lhe dotam de suas formas, de suas substâncias e também de seus sentidos e das palavras que o designam e significam. Para compreensão complexa das sociedades e seus espaços é conveniente integrar em uma mesma perspectiva essas três concepções espaciais.

---

<sup>3</sup> Tradução livre de: “On peut le qualifier lui-même de complexe en ce qu’il met l’accent sur les relations et sur les interactions, sur la dynamique et le mouvement, sur les contradictions, sur la nature indissociable de l’espace et du temps, sur le caractère multidimensionnel des spatialités et de temporalités”.

Figura 1 - Relações em um espaço complexo tridimensional



Fonte: Adaptado pelos autores desde Di Méo & Buléon (2007, p.24-25)

A partir dessas três noções é possível verificar a complementariedade que distintas proposições a respeito de uma Geografia do Turismo e suas ferramentas metodológicas realizaram desde suas compreensões da categoria espaço. Para Boullón (1990), o espaço turístico:

[...] é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos, que são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, com a planta<sup>4</sup> e a infraestrutura turísticas, é suficiente para definir o espaço turístico de qualquer país. A distribuição e a densidade dessas áreas são marcadas pela descontinuidade territorial. A melhor forma de determinar um espaço turístico é recorrer ao método empírico, observando a distribuição territorial dos atrativos, das plantas, detectando agrupamentos e concentrações. (p.65)

Aqui se percebe o espaço entendido predominantemente desde a objetividade cartesiana. Ao Turismo, por sua vez, recorre-se ao que Latour (2012) denomina de caixa preta. Ou seja, é estabelecida uma compreensão comum que dá unidade a uma diversidade de práticas, atores, instituições e interações, propiciando sua quantificação e atribuindo-lhe uma mesma ontologia. Procedimento que autoriza a se estabelecerem comparações sobre seu comportamento em distintos espaços e através de diferentes temporalidades, desde que a composição dos circuitos dessa caixa preta não seja questionada.

Pearce (1987), na clássica obra *Tourism Today: a geographical analysis*, aponta que desde os anos 1960 uma série de estudos idiográficos e propostas de modelos têm buscado a compreensão de vários aspectos de uma emergente estrutura espacial do Turismo. Essas propostas, como a de Boullón (1990), têm como objeto as interações espaciais provocadas e resultantes do turismo, buscando na distribuição dos fluxos e dos equipamentos turísticos uma lógica espacial do fenômeno, seja ela comum aos distintos locais e escalas, ou própria de determinados tipos, classificados por meio de propostas de taxonomia. Para isso um

<sup>4</sup> O termo planta refere-se aos equipamentos de hospedagem, alimentação e recreação, sendo empregado em analogia a uma planta industrial.

instrumento metodológico utilizado tem sido a cartografia temática, em que alguns indicadores são utilizados como *proxys*, ou seja, como elementos que atuam como se fossem o Turismo. Dados como os indicadores de fluxo obtidos através do controle de fronteiras, a capacidade de oferta de equipamentos turísticos, a receita tributária de empresas turísticas, ou estoque de empregados em atividades características do turismo [ACTs] são alguns dos subsídios utilizados na busca por compreender o comportamento espacial deste fenômeno. No entanto, cada *proxy* traz restrições e implicações para o que é definido como Turismo. Duas dificuldades principais são: distinguir o Turismo de outras formas de mobilidade e diferenciar o consumo de visitantes daquele de moradores.

A partir destes estudos, grande parte constituída a partir de referenciais positivistas e de instrumentação quantitativa, alguns avanços significativos ocorreram em temas como: o conhecimento da hierarquia espacial dos fluxos de visitantes e de capitais; o comportamento da distribuição desses fluxos e suas deformidades frente às leis de distância espacial; as relações de [não] reciprocidade das interações turísticas, e o que contribuem em uma [inter]dependência dos subespaços envolvidos; a constatação de recorrências e a proposição de modelos teóricos sobre a expansão de uma urbanização turística, bem como possibilidades de seu zoneamento; as implicações do desenvolvimento do turismo para a vinculação dos subespaços ao meio-técnico-científico-informacional; além de fenômenos espaciais de segregação, integração e competição em diferentes lugares denotados como turísticos.

Tendo em vista tais temas, percebe-se o quanto o estudo dos arranjos em uma extensão espacial objetiva aproxima-nos de outro vértice do triângulo de Di Méo & Buléon (2007), que é o espaço social. Isso porque as localizações, distribuições e distâncias também são, recursivamente, produtos e produtores de relações sociais. Assim, recordamos da proposta de Lozato-Giotart (2002) por uma Geografia do Turismo:

Ora, qualquer que seja o ato turístico, esse se desenvolve em um espaço que não é nunca verdadeiramente neutro no que resguarda o turismo, do qual catalisa ou expressa o impacto. A nossa análise do turismo passa pelo fato espacial, da observação à explicação que é a sua tradução concreta. A geografia do turismo, a nosso modo de ver, deveria ser o estudo das relações entre o espaço e as atividades turísticas, do espaço visitado ao espaço consumido, sem deixar de lado, porém, os outros fatores que intervêm no processo turístico. (p.22)<sup>5</sup>.

O autor acentua que atualmente “o espaço não é mais somente visitado: é organizado (remodelado, reestruturado) e também consumido (a poluição e a degradação dos sítios estão entre as mais graves causas de desestruturação dos ambientes receptivos tornados frágeis por uma afluência turística às vezes mal controlada)” (idem) pelo turismo<sup>6</sup>. Dessa maneira, percebemos uma ampliação entre o que Pearce (1987) apontava como objetivo dos estudos sobre Turismo e espaço, e a justificativa apresentada por Lozato-Giotart (2002) para a sua Geografia do Turismo. O primeiro propõe “contribuir para o planejamento, desenvolvimento e

---

<sup>5</sup> Tradução livre de: “Ora, qualunque sia l’atto turistico, esso si svolge in uno spazio che non è mai veramente neutro nei riguardi del turismo, di cui catalizza o esprime l’impatto. La mostra analisi del turismo passa attraverso il fatto spaziale, dall’osservazione alla spiegazione che ne è la traduzione concreta. La geografia del turismo, a nostro modo di vedere, dovrebbe essere lo studio dei rapporti tra lo spazio e le attività turistiche, dallo spazio visitato allo spazio consumato, senza trascurare però gli altri fattori che intervengono nel processo turistico.”

<sup>6</sup> Tradução livre de: “Lo spazio non è più solamente visitato: è organizzato (rimodellato, ristrutturato) e anche consumato (l’inquinamento e la degradazione dei siti sono tra le più gravi cause di destrutturazione degli ambiente ricettivi resi fragili da un’affluenza turistica a volte mal controllata).”

gerenciamento do turismo desde uma perspectiva geográfica” (Pearce, 1987, p.2)<sup>7</sup>. Já Lozato-Giotart (2002) indica os efeitos espaciais provocados pela expansão do Turismo como objeto de interesse desta ciência, que deveria se debruçar sobre os problemas geográficos que o turismo como produto da relação entre sociedade e natureza engendra.

Se é possível verificar como uma abordagem centrada inicialmente em uma concepção cartesiana de espaço integra-se a estudos mais próximos de uma concepção social do espaço, também se pode encontrar estudos que aproximam a noção do espaço como extensão objetiva à de uma espacialidade vivida pelos sujeitos – outros dos vértices do triângulo de Di Méo & Buléon (2007). É o caso dos estudos sobre o comportamento dos visitantes tendo em vista sua cognição espacial e o modo como lidam com o problema de deslocar-se em um espaço desconhecido, processá-lo mentalmente, incorporá-lo à sua memória e dotá-lo de significado. Uma revisão sobre esta problemática aplicada à paisagem urbana pode ser encontrada em Pimentel (2013). Suas bases são os conceitos de legibilidade e imaginabilidade de um espaço, inicialmente propostos por Lynch (1982 [1960]), em que a existência de marcos e limites, dentre outras propriedades de determinado espaço são importantes para a compreensão de determinado local. Apropriados para trabalhos preocupados com o desenho e arquitetura dos locais turísticos, esses referenciais auxiliam a compreender porque alguns destinos têm sido vistos como mais agradáveis que outros, ou porque seus espaços são mais marcantes, o que tem implicações para considerações de *destination branding*.

No entanto, além de propriedades do espaço, e que certamente diferenciam os lugares, essa percepção e a capacidade de projetar uma imagem mental de determinada extensão também depende de um código perceptivo que é socialmente construído. Desse modo, podemos ver outra compreensão do espaço turístico, mais próxima à dimensão social e simbólica desta categoria. Para Miossec (1977):

O espaço turístico é antes de tudo uma imagem. Uma imagem feita pelos turistas, que lhe dão os organizadores de férias. Imagem que percebem com inquietude às vezes, sempre com surpresa, as populações autóctones. Imagem complexa, sonho, refletido pelos cartazes, guias, *folders*, pinturas, livros, filmes. Imagem e evocação que se ligam e difundem os turistas. Evocação de odores, de sons, de sensações (p. 55).<sup>8</sup>

Como aponta o historiador Boyer (2003) "nenhum lugar é 'turístico em si', nenhum sítio 'merece ser visitado', como diz a literatura turística; o turismo é um produto da evolução sociocultural [...]" (p.14). O espaço turístico seria, assim, a produção de um discurso e de uma imagem sobre os lugares que desperta o desejo de lhe experienciar turisticamente, de ali realizar determinadas práticas. Como aponta Crang (2004), poder-se-ia dizer que existe uma 'geo-grafia' realizada pelo Turismo. A grafia dos significados das paisagens e de narrativas que orientam o olhar dos visitantes sugere um modo de agir que tem implicações sobre a disposição desse campo relacional de sistemas de objetos e sistemas de ações.

Precisamos portanto de ter atenção aos textos do turismo, que podem ser novelas [romances] mas que são mais frequentemente guias, postais, livros de viagens, brochuras, publicidade e

<sup>7</sup> Tradução livre de: "to show a geographical perspective can contribute to its planning, development and management"

<sup>8</sup> Tradução livre de: "L'espace touristique est avant tout une image: Image que en font les touristes en donnent les organisateurs de vacances Image que perçoivent avec inquiétude parfois toujours avec surprise les populations autochtones Image complexe rêve reflété par les affiches les guides les dépliants les peintures les livres les films Image et évocation en rapportent et colportent les touristes Evocation odeurs de sons de sensations."



coisas parecidas. Ajudam a formar noções sobre o destino e podem ser interpretados como agentes linguísticos do controlo [sic] social turístico. Isto acontece porque os guias de viagem não se limitam a descrever lugares, mas estabelecem agendas normativas daquilo que, nas palavras do guia de 1858, de Murray, ‘deve ser visto’ (Crang, 2004, p.100).

Desde uma perspectiva crítica existe “uma produção de lugares turísticos, alicerçada, em grande parte, na elaboração de um discurso, que contribui para uma coisificação e uma fetichização de certos pontos do território” (Silveira, 1997, p.36). A alteridade buscada nesse outro espaço em que o visitante se desloca “não se identificaria necessariamente com outro lugar, visto em sua materialidade, mas com o lócus de práticas sociais não orientadas e não conformadas preponderantemente pela rotina do trabalho” (Benevides & Garcia, 1997 p.66). Nesse sentido, poderia se constatar uma verticalidade que desconstitui os laços tradicionais de uma formação socioespacial existente para homogeneizar os espaços, transformando-os em sítios de consumo, orientados para a lógica de valorização urbana e capitalista, com os efeitos de segregação e exclusão de sociedades que os ocupavam em uma lógica tradicional.

Essa leitura, que tende a posicionar o Turismo como um problema, homogeneizador de culturas, é o que Crang (2004) denomina como a “tese de erosão” (p.97), também apontada por Selby (2004) em seu elenco de certas limitações da perspectiva materialista. Aqui cabe pontuar algumas restrições que partem da perspectiva crítica, bastante presentes na produção geográfica brasileira sobre o Turismo (Cruz, 1997, 2006; Portuguese, 2001; Serpa, 2007). De modo geral, esses trabalhos apresentam, por vezes, um caráter circular. Há uma tautologia em que o Turismo é visto como fenômeno de consumo e produto do consumismo da sociedade capitalista, e seu efeito é a fetichização do mundo em mercadoria. Em que pese suas contribuições, para a constatação das contradições do Turismo enquanto fenômeno capitalista, essas deveriam ser um ponto de partida para pesquisar quais arranjos e iniciativas as constituíram, e não um ponto de chegada, no que se assemelha a uma ‘geografia denúncia’.

Os elementos e processos que levaram determinado lugar ou objeto a despertar o interesse de visitantes e ser instrumentalizado para visitação permanecem opacos. O argumento do escapismo – Turismo como válvula de escape à pressão do trabalho e como ferramenta para a manutenção da exploração capitalista – resta insuficiente diante do aumento das viagens por parte de aposentados e das situações de desconforto e risco deliberadamente assumidas pelos turistas, além de não explicar o porquê se escapa para determinados locais e não para outros. O foco primordial no encontro entre ‘modernos’ e ‘tradicionais’, em uma relação hierárquica em prejuízo das relações autônomas dos últimos, Norte desenvolvido e Sul tropical, negligencia o fato de a maior parte dos fluxos ocorrerem reciprocamente entre locais urbanizados. As razões pelas quais a mobilidade turística assume certa proeminência no capitalismo tardio, e o papel que exerce na constituição das subjetividades dos viajantes também restam ausentes nesses trabalhos críticos. Em outra medida, a crítica, e redução, do Turismo a um fenômeno de consumo denota certo elitismo apoiado na tradicional divisão entre viajantes e turistas.

Por outro lado, apresentamos alguns dos questionamentos recentes da produção geográfica sobre o Turismo. Indagar como se constituem e diferem as culturas dos turistas, bem como as culturas de hospitalidade, ao longo do tempo e do espaço. Considerar os lugares turísticos campos para uma expressão criativa e inovadora dos sujeitos. Interrogar quais códigos permitem que um espaço seja significado como turístico. As consequências epistemológicas dessas inquietações nos parecem interessantes por indicar que o significativo turismo pode ser preenchido de diversos modos, em uma ontologia múltipla. Assim, em um terreno entre o espaço social e o fenomenológico no triângulo de Di Méo & Buléon (2007), podemos perceber a contribuição de Löfgren (2006), para quem:



O turismo teve um papel fundamental em criar o espaço para modernidade e sobretudo as novas sensibilidades. Os primeiros pioneiros descobriram e cultivaram a sua subjetividade, refletindo sobre novas experiências sensoriais e visuais, contemplaram as suas reações emotivas aos novos ambientes e mantiveram um diálogo constante consigo mesmo. (p. 269).<sup>9</sup>

Investigar o Turismo enquanto um modo de leitura dos lugares e produtor de uma compreensão sobre o mundo é uma das propostas de uma abordagem geográfica recente. Esse projeto parece ultrapassar as realizações e contribuições obtidas desde uma produção pautada na realização de uma cartografia sobre os locais em que o turismo existe – embora continuem necessárias para que isso seja possível. Todavia, essas novas abordagens requerem que se abra a caixa preta (Latour, 2012) das conexões e relações que têm preenchido o significativo turismo no campo científico. Para Lussault (2007):

Uma geografia do turismo de novo gênero se desenha então. Ela visa a tomar, graças ao deslocamento pelo espaço, não o turismo considerado em si mesmo e por si mesmo, mas os modos contemporâneos de organização do espaço e de uso do recurso espacial pelos operadores que este gênero comum revela. [...]. (p.345).<sup>10</sup>

A noção de gênero comum indica que o Turismo constitui um “operador da construção e do funcionamento de um Mundo globalizado como realidade compartilhada, como horizonte de toda sociedade” (Lussault, 2007, p.335).<sup>11</sup> Cada vez mais, diferentes lugares tornam-se portadores de princípios, signos e funções turísticas. Esse gênero comum “torna-se presente inclusive no seio de situações que aparentemente não são turísticas.” (Idem)<sup>12</sup>. Aspecto também apontado por Coleman & Crang (2008) e MacCannell (2010). As propostas de uma Geografia, e de outras Ciências Sociais, centradas na noção de cotidiano têm no Turismo um campo para reflexões na medida em que, como aponta Löfgren (2006), sua história esteve vinculada à possibilidade de reinvenção da rotina, de experimentação do alhures, e do projeto moderno de estar sempre em movimento, buscando o desconhecido e uma vida melhor.

Considerar como opera esse modo de significação do mundo implica em contemplar as práticas turísticas como uma experiência que parte de atores – concebidos em sua multiplicidade, interescalaridade e codependência – e que gera eventos e interações que produzem espaços. Pensar como um visitante interage e significa sua experiência no espaço alheio é uma problemática que remete à compreensão do espaço geográfico como local de encontros (Crouch, 2008), como um ‘sistema de relações’ contingente, relativo e relacional (Massey, 2008). Essa geografia parte de uma concepção de espaço não como uma moldura ou reflexo dos sistemas de ações e dos sistemas de objetos ao longo do tempo, e sim, como uma instância ativa e atuante na construção dos sujeitos e no modo como esses se percebem e atuam no mundo; [retro]alimentando tais sistemas de objetos e ações. Onde “o ‘aqui’ é nada mais (e nada menos) do que o nosso encontro e o que é feito dele. É, irremediavelmente, aqui

<sup>9</sup> Tradução livre de: “Il turismo ha avuto un ruolo fondamentale nel creare spazio per la modernità e soprattutto per le nuove sensibilità. I primi pionieri scoprirono e coltivarono la loro soggettività, riflettendo su nuove esperienze sensuale e visive, contemplarono le loro reazioni emotive ai nuovi ambienti e mantennero un dialogo costante con se stessi.”

<sup>10</sup> Tradução livre de: “Une géographie du tourisme d’un nouveau genre se dessine alors. Elle vise à saisir, grâce au détour par l’espace, non pas le tourisme considéré en lui-même et pour lui-même, mais le mode contemporains d’organisation de l’espace et d’usage de la ressource spatiale par les opérateurs que ce genre commun révèle.”

<sup>11</sup> Tradução livre de: “[...] il constitue un opérateur de la construction et du fonctionnement du Monde mondialisé comme réalité partagée, comme horizon de toute société.”

<sup>12</sup> Tradução livre de: “S’exprime dans des espaces et des pratiques spécifiques, mais aussi et surtout devient présent au sein même des situations qui apparemment ne sont pas touristiques.”

e agora. Não será o mesmo ‘aqui’ quando não for mais agora” (Massey, 2008, p.201). Tal consideração implica na abertura do espaço como uma instância política, na qual o Turismo também se inscreve, como aponta Bertonecello (2008), por exemplo, ao considerar as articulações que desembocam nos processos de definição da atratividade turística e da seleção dos lugares em que ela ocorre.

Essa ênfase no evento parece nos aproximar de uma Geografia que busca a compreensão do espaço desde as tramas que interatuam para resultar neste sempre mutante ‘sistema de objeto e sistema de ações’ (Santos, 2006). Questões sobre *como* se estabelecem e se estabilizam determinados arranjos neste emaranhado composto por materialidades, discurso social, tecnologias, práticas e atores (Franklin, 2004) têm sido foco das contribuições de uma produção acadêmica sobre o turismo inspirada na Teoria-Ator-Rede. Ao buscar compreender como o Turismo *funciona*, e não o que *é* o Turismo (Van Der Duim et. al, 2013), essas abordagens oferecem uma alternativa à concepção estruturalista que tradicionalmente dominara esse campo de estudos. Outrossim, se nos assemelham condizentes aos princípios do Pensamento Complexo, ao admitirem a dialógica entre ordem e desordem, a relevância da eventualidade e da contingência, bem como a suspensão do princípio da não-contradição. Isso é, considera que a existência de múltiplas verdades, em que pese sua efemeridade, não implica necessariamente que sejam mutuamente excludentes.

Assim, importa menos observar a ‘geografia’ de um espaço turístico dado, que levar em conta o que uma atividade turística significa para alguém, um operador que a constrói e que a vive, como para aqueles que interagem com ele, os atos que ela demanda e autoriza, os efeitos espaciais que dela resultam (Lussault, 2007, p.345)<sup>13</sup>

Desde essa perspectiva, parece-nos ser possível uma abordagem geográfica que avance para além da restrição do turismo à sua realidade de mercado, ou produto de consumo, e considere, desde o espaço, a sua multiplicidade. Isso ocorre por meio da ênfase nos atores – outrora negligenciados para dar uma conotação unitária ao fenômeno – e das diferenças em seus arranjos. Na consideração das lógicas de uso e de significação dos espaços pelas práticas turísticas. Em ter em conta o que tais práticas revelam e implicam enquanto uma instância da política e da constituição das subjetividades. Observando, enfim, como tais aspectos auxiliam a tecer essa trama relacional que é o espaço. No entanto, é importante ressaltar que, apesar das diferenças no enfoque, nos objetivos ou escalas de análise, a abertura desse que parece um novo campo de investigações não erode os avanços e contribuições feitos desde as outras perspectivas geográficas sobre o turismo que apresentamos, e que seguem vigentes e necessárias desafiando estudos que as [re]atualizem empiricamente.

#### DIFERENTES MODO DE PREENCHER UM SIGNIFICANTE: TURISMO

Apresentamos a seguir três – entre outras possíveis – ontologias do Turismo, ou seja, modos de expressar a realidade a qual esse termo diz respeito. Dado o enfoque geográfico ressaltamos aspectos indissociavelmente entrelaçados nessa relação entre turismo e espaço, a saber: Turismo como código de uso e de leitura do espaço; Turismo como campo de aprendizagem de si e do mundo; e, aspectos corporificados, ou além da representação, de uma espacialidade turística. Outras leituras desde objeto desde outros referenciais teóricos provavelmente ampliariam esse leque.

---

13 Tradução livre de: “Dès lors, il importe moins d’observer la “géographie” d’un espace touristique donné, que de saisir têt à la fois ce qu’une activité touristique signifie pour quelqu’un, un opérateur qui la construit et la vit, comment pour ceux qui interagissent avec lui, les actes qu’elle demande et autorise, les effets spatiaux qui en résultent.”

**Turismo: código de uso e de leitura do espaço** - Como um espaço desperta o interesse de alguém em deslocar-se para conhecê-lo? Como um jeito novo de se divertir, uma prática de recreação, é inventada? Em diversas obras que utilizam a história do surgimento das práticas turísticas como uma ferramenta metodológica (Urry, 2001; Equipe Mit, 2005; Urbain, 2002; Löfgren, 2006), pode-se perceber o advento de um olhar estético para o mundo como um marco para a emergência desse fenômeno. Há, com a modernidade, o desenvolvimento de uma cultura que percebe o espaço enquanto um elemento provocador de emoções e que ao mesmo tempo desenvolve os sentidos. Surge a paisagem (Berque, 1995). A conotação utilitária dada ao meio, ou de medo do desconhecido, próprios de uma sociedade medieval, dão lugar à curiosidade moderna. Prolifera assim uma produção literária e artística, com as representações escritas e pictóricas das narrativas dos primeiros guias de viagem. Institucionalizam-se as vistas e modo como devem ser apreciadas pelos visitantes (Leotta, 2005; Urry, 2001). Configura-se um processo em que a produção de códigos estéticos, determinando uma paisagem-matriz, retroage sobre a paisagem-marca (Berque, 1998), e progressivamente há uma expansão do maior número de lugares lidos desde tal matriz. Ao serem instituídos coletivamente os objetos desse 'olhar do turista' mudam ao longo do tempo e em diferentes sociedades. Um exemplo desse processo pode ser visto no trabalho de Pimentel (2010), em que analisa a emergência das Cataratas do Iguazu enquanto uma paisagem, sua constituição em cenário turístico e as diferenças neste processo a partir das ações dos dois países que a partilham: Brasil e Argentina.

Maccannell (1999) propõe uma semiótica da atração turística, em que essa é percebida como um signo a ser decodificado pelos visitantes por meio de marcadores e de um repertório que os permite dar sentido àquilo que presenciam. Urry (2001) também vê nos turistas um 'exército de semióticos amadores', que consomem os objetos de um olhar que é tão socialmente organizado e sistematizado quanto o olhar médico de Foucault. No entanto, os dois autores discordam na discussão sobre os limites da relação estrutura/agência subjetiva.

Por outro lado, Urbain (2002), ao concordar com os princípios da fabricação da atração turística, diverge que tenham se constituído como oposição às práticas e valores do tempo de trabalho, como propuseram Maccannell e Urry. Para esse autor, a atenção nas práticas turísticas, mais que nos discursos, permitiria compreender que o "uso dos espaços é também uma linguagem" (Urbain, 2002, p.147). Desde sua análise de relatos de viagem, literatura, artes visuais e publicidade, percebe os usos dos espaços turísticos como suportes para a constituição de um sistema semiológico segundo, que se expressa através deles. Sistema que extrapola as próprias práticas, configurando uma mitologia nos termos de Barthes (2001). Para Urbain (2002), os nomadismos contemporâneos são produtos da emergência de um sistema de territórios simbólicos, articulados pelas artes, imprensa e publicidade, e revestidos por um imaginário coletivo. Assim, ele propõe a associação de valores essenciais, mitologias da viagem, a certos modelos de espaço. Temos, por exemplo, a cidade, e sua percepção como um espaço protegido e de máxima sociabilidade; o campo, como um espaço aberto, heterogêneo, jardim pitoresco, lugar da transição entre cultura e natureza; e o deserto, espaço extra-social, lugar da solidão e de busca pelo divino. Todavia, ressalta também que esse código pode ser subvertido, ao se perceber as oposições desta tríade: a cidade como lugar pestilento e poluído, o campo como lugar de miséria, de mato e barro, ou, o deserto como um espaço infernal.

Se Urbain (2002) procura nos usos dos espaços turísticos a expressão de uma linguagem que os ultrapassa, a proposta da Equipe MIT (2005) é, diferentemente, aproximar-se no estudo das relações específicas entre os atores, lugares e práticas que formaram arranjos desde os quais surgiram inovações relativas ao Turismo. Inovações como a invenção do banho de mar, do esqui, ou do bronzado, entre outras e que posteriormente, difundiram-se passando a ser

reproduzidas em outros arranjos e locais. Essas situações configuram o que chamam de 'momentos de lugar', que:

Designam o espaço de tempo mais ou menos preciso onde um dado local (um lugar, mais também um espaço, ou ainda um itinerário ou rede de lugares) encarna uma situação de alcance geral, ultrapassando o arranjo do lugar em si; portanto, o momento onde o lugar constituiu e constitui uma referência, e mesmo um modelo para outros lugares (Équipe MIT, 2005, p.5).<sup>14</sup>

Por meio da análise de vinte e seis arranjos, esse mesmo grupo de pesquisa chegou ao que denominam 'mapa genético' (*carte ADN*) dos lugares turísticos. Aporte no que diz respeito às constâncias em relação aos atores e às etapas do processo de turistificação, ou ativação turística (na falta de uma expressão para melhor capturar o sentido de *mise-en-tourisme*<sup>15</sup>). É interessante observar como certo conjunto de práticas e de sensibilidades frente ao espaço nasce em determinada situação e passa a constituir um repertório e um ideal a partir do qual outros espaços são mimetizados. Neste sentido, o turismo atua como um vetor de difusão de sensibilidades e sociabilidades próprias da modernidade e de uma sociedade tipicamente urbana. Nessa linha de pensamento, inserir-se em um circuito turístico é inserir-se nesta urbanidade.

Essas diferentes propostas teóricas (Löfgren, 2006; Maccannell, 1999; Urry, 2001; Urbain, 2002; Équipe Mit, 2005) apresentam em comum a busca por associar a prática do Turismo transversalmente a um contexto sócio-cultural-espacial mais amplo. Outro ponto é que apresentam uma relação que diz respeito a uma dinâmica do tipo estrutura/situação, língua/palavra, matriz/marca.

**Turismo: oportunidade de aprendizagem geográfica** - Outro modo de perceber a prática do turismo desde a Geografia é atentar para o que os encontros espaciais provocados por esses deslocamentos significam enquanto oportunidade de aprendizagens. Aprendizagem que têm como objeto tanto os lugares como a condição de cada visitante ao 'colocar-se diante do mundo' (Pimentel & Dorfman, 2011).

A satisfação geral da experiência turística é diretamente relacionada à possibilidade do indivíduo conseguir situar novas ideias e experiências no seu repertório cognitivo existente. Quanto maior atribuição de sentido, maior a satisfação; e a atribuição de sentido é ao fim diretamente conectada a temas relacionados à identidade pessoal (Falk et al, 2012, p. 920)<sup>16</sup>

O sujeito 'batiza novos terrenos', tornando-os parte de uma 'Geografia Vernacular' (Claval, 2011). Isto é, insere essas novas localidades em seu quadro de referência do mundo, ao constituir saberes sobre os seus recursos, suas possibilidades de uso, além de lhes inscrever uma série de atribuições e significados. Por outro lado, esse diálogo com um novo espaço

---

<sup>14</sup> Tradução livre de : ““moment de lieu” désigne l’espace de temps plus ou moins précis où un endroit donné un lieu, mais aussi un espace, voire un itinéraire ou un réseau de lieux) incarne un situation de portée générale, dépassant l’enjeu du lieu lui-même; donc, le moment où le lieu a constitué et constitue une référence, voire un modèle pour les autres lieux.”

<sup>15</sup> O termo turistificado é frequentemente utilizado para referir-se a uma urbanização turística excessiva, ou mal conduzida, que erode a atratividade de um lugar ameaçando sua capacidade em despertar interesse de visitantes. No entanto, aqui o termo turistificado é empregado com outro sentido, pois o estamos utilizando como tradução para expressão *mise-en-tourisme*, ou *puesta-en-turismo*.

<sup>16</sup> Tradução livre de: “a visitor’s overall satisfaction with a tourist experience is directly related to whether or not that individual can successfully situate the new ideas and experiences within their existing cognitive repertoire. The greater the meaning-making, the greater the satisfaction; and meaning-making is ultimately directly connected to issues related to personal identity.”

implica em reconsiderar aquilo que se sabe sobre seu espaço de origem, à medida em que comparações são tecidas.

Se o surgimento do Turismo implica em um modo de leitura e de uso dos espaços, a experiência turística também envolve a produção de narrativas e reflexões sobre o mundo. Bruner (1997) percebe a narrativa como um princípio organizador da experiência humana, um modo corriqueiro através do qual as pessoas significam suas vivências e expectativas sobre o mundo. Para Ricouer (2012), “fazer uma narrativa é ressignificar o mundo na sua dimensão temporal, na medida em que narrar, contar, recitar é refazer a ação seguindo o convite do poema” (p. 81). As narrativas turísticas parecem tornar-se poéticas do espaço e dos efeitos gerados pelo encontro entre sujeito e [entre]-lugar visitado.

‘Viajar é trocar a roupa da alma’, nos versos do poeta Mario Quintana. Ao vestir a alma com outra nova roupa, e se colocar em outro feixe da trama de relações espaciais o sujeito passa por um estranhamento e pela busca de tornar o entorno estranho ao menos um pouco familiar. Um processo de entre-lugarização (Castrogiovanni, 2004). Uma série de competências geográficas são aí requisitadas: é conveniente orientar-se a partir da leitura cartográfica de mapas turísticos, entender como se estrutura aquele sítio e qual a sua relação com elementos localizados no entorno, decodificar os diferentes signos e narrativas que a leitura da paisagem permite, observar detalhes que se tornam marcadores para interpretar o espaço visitado e assim ter uma experiência turística plena.

Mesmo que pouco desenvolvidas essas habilidades vão permitir ao sujeito compreender melhor os fios dessa ‘nova roupa da alma’, fazer com que aos poucos ela se torne confortável, e então há a possibilidade de desfrutar[-se] e experimentar[-se] [n]essa nova condição. Esse processo não parece ocorrer em um bloco único de experiências, mas sim envolver diferentes etapas que correspondem à aproximação/afastamento que o sujeito estabelece com o destino visitado. A clássica divisão tripartite do pré, durante e pós viagem, em que vão se sucedendo metamorfoses de sentidos e sentimentos à medida que o vínculo entre visitante e espaço visitado se desenvolve. É a experiência do movimento contingente e relacional do espaço geográfico. Também é adequado salientar que, como aponta Löfgren (2006), esse processo de ‘ser turista’ compreende um campo de aprendizagem e experimentação, no qual, a cada viagem, trazemos e jogamos com os elementos que vivenciamos e aprendemos dos deslocamentos anteriores. Assim, como vivência fora do ambiente cotidiano e diante da necessidade de compreender a nova realidade temporária, a prática do turismo parece ofertar um potencial para o aprendizado geográfico, sendo uma das principais situações fora do ambiente escolar para que isso ocorra.

[...] Werry (2008) argumenta que viajar oferece uma das poucas oportunidades, fora dos ambientes educacionais, em que ocorre aprendizado explicitamente indicado, não vocacional, sobre outros tempos, lugares e povos. Ela ainda coloca que o caráter imediato da presença corporal, a imersão sensorial, a carga da aura do ‘estar lá’, geram uma experiência vividamente memorável atribuída como de grande valor pessoal por seus participantes (Falk et al, 2012, p. 909)<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Tradução livre de: “Werry (2008) argued that travel offers one of the few contemporary opportunities outside of the education industry where explicitly designated, non-vocational learning about other times, places, and peoples takes place. She goes on to note that “the immediacy of embodied presence and sensuous immersion, the auratic chare of ‘being there’, makes for a vividly memorable experience endowed with great personal value by its participants.”

Como considerar as operações de tornar o estranho em familiar, produzindo uma reacomodação depois do desequilíbrio perante a alteridade da atração? Uma proposta metodológica a ser considerada é a de Lussault (2007), que compreende a prática turística como um disposto que permite ao sujeito se construir. Assim, ancorado em Foucault, ele propõe um estudo das seguintes operações: (a) Técnicas de produção, necessárias à organização do sistema turístico; (b) Técnicas de significação, que engloba o conjunto da economia semiótica proliferante que o turismo cria e exige; (c) Técnicas de dominação que participam do enquadramento dos turistas em dispositivos turísticos normatizados e padronizados e suas práticas resultantes; (d) Técnicas de si, que asseguram ao indivíduo o poder de dominar seu ato turístico, de regrar sua relação de distância aos outros e às coisas, de aumentar seu domínio sobre si, de satisfazer seus desejos. Considerar essas técnicas na compreensão dos modos de experimentação da alteridade espacial visitada, permite adereçar a terceira ontologia do turismo que mencionamos ao início: um diálogo espacial marcado pela co-presença de corpos. Ou seja, que não se restringe a elementos simbólicos e representacionais, sendo marcada pela *performance*.

**Turismo: materialidades em *performance*** - O substancial avanço produzido desde a concepção de uma semiótica da atração turística e da noção de um 'olhar do turista', acentuou a ênfase dos estudos turísticos para as representações, imaginários e códigos estéticos. Isso implicou em uma supervalorização do sentido visual, e uma negligência para aspectos da materialidade das práticas turísticas. Além do vínculo feito por textos e símbolos, o turismo implica na mobilidade de corpos. Nos últimos anos, o caráter performático, situado e corporal do turismo vem sendo resgatado na produção da geografia anglo-saxã. Esse resgate tem implicações sobre o modo como consideramos o espaço e os lugares, na medida em que acentua seu caráter eventual, contingente e interrelacional – contraposto à tradicional concepção do espaço continente/conteúdo.

Nós sugerimos que, ao invés de ver os lugares como entidades relativamente fixas, a serem juxtapostos em termos analíticos com fluxos mais dinâmicos de visitantes, imagens e culturas, precisamos vê-los como fluídos e criados através de *performance* (Coleman & Crang, 2012, p.1).<sup>18</sup>

Esse caráter relacional acentua a possibilidade de cada visitante em negociar as representações sobre os lugares, ao invés de serem percebidos como dominados pela instituição do 'olhar do turista'. Embora possa se considerar que na literatura dos marcadores turísticos em geral haja uma normatividade e exista uma ideologia que busca afirmar determinados valores sobre o local retratado e quais devem ser visitados, ou valorizados, ele também é um instrumento que possibilita determinadas práticas. E, por isso, não deveriam ser considerados apenas como representações seguras, mas como mediadores de diálogos com o espaço visitado, cujo sentido resultante é contingente, fluído, relacional, negociado, e, muitas vezes, subvertido. Rosseto (2013) em seu diálogo com Berlim através de um mapa cuja temática era o muro, aponta:

Mapas tornaram-se não apenas produtos em que ideologias e estratégias de marketing estavam codificadas, mas ferramentas necessárias para abertamente desempenhar (performing) meu encontro com o espaço urbano. [...] Não é uma questão de liberdade para explorar o espaço da cidade em contraste com as imposições do mapa. Sugiro que seguir as rotas dos mapas na sua intenção de explicar a evolução da forma da cidade se tornou em si um ato de liberdade. [...] Deslocando-se pelo espaço dos mapas de Berlim, os turistas organizam seu conhecimentos e imaginação sobre a cidade, adquirindo uma competência que pode tornar o seu encontro com a

<sup>18</sup> Tradução livre de: "We suggest that, instead of seeing places as relatively fixed entities, to be juxtaposed in analytical terms with more dynamic flows of tourists, images and cultures, we need to see them as fluid and created through performance."



cidade simultaneamente mais lúcido e encantador. Inclusive nesse sentido, nós podemos pensar que as tecnologias do mapa se tornam empoderadoras ao invés de controladoras (pp.35-36)<sup>19</sup>.

Por outro lado, as próprias *performances* dos visitantes e o fato de um lugar estar povoado de turistas, auxilia a compor o sentido de determinadas paisagens:

Enquanto turistas e outros visitantes temporários podem ter sido convencionalmente vistos como estranhos para cultura 'local', ameaçando a autonomia dos lugares, eles podem alternativamente ser considerados como auxiliando a reconstituí-la ao adicionar uma dimensão relacional às *performances* locais e percepções das diferenças do lugar (Coleman & Crang, 2012, p.5)<sup>20</sup>

Desse modo, além das imagens e discursos, a própria presença de visitantes parece ser um aspecto a ser considerado na definição de um espaço como turístico. Isso implica em uma mudança de ênfase nos estudos sobre turismo que tradicionalmente se constituíram a partir do paradigma *hosts and guests* [anfitriões e hóspedes], atribuindo a essas partes identidades relativamente estáveis. Neste sentido, a categoria 'destino' é ponto partida para o estudo do Turismo desde a perspectiva de uma sociedade sedentária, que recebe visitantes. A ênfase nas *performances* turísticas acaba por dissolver essa oposição. Muitas das práticas que recebem essa conotação nem sempre são exclusivas de forasteiros. Da mesma forma, o desejo de imiscuir-se no local visitado faz dos turistas habitantes, mesmo que efêmeros. Por outro lado, essa mudança de ênfase implica na leitura mais próxima daqueles sujeitos que são seus principais do turismo: os turistas. Esses, que muitas vezes são negligenciados e substituídos pela representação de um tipo ideal, por vez distante da realidade, construída pelas autoridades e participantes da 'comunidade local', outra entidade abstrata.

### ENTRELAÇANDO OS FIOS DE UMA TRAMA COMPLEXA E EFÊMERA

O objetivo deste ensaio foi apontar algumas das diferentes propostas de estudo do turismo a partir da Geografia, e com isso demonstrar a sua diversidade teórica e sua fertilidade em possibilidades de investigação. Tendo como ênfase a dimensão espacial, essa ciência geográfica tradicionalmente manteve-se em contato e incorporou propostas advindas de outras *epistemes*. O turismo enquanto fenômeno complexo pode ser entendido como um ponto de contato para essa diversidade, estimulando o diálogo e valorizando cada fio de uma trama cuja tessitura pode resultar em produtos variados e inovadores. A concepção de uma ontologia espacial tripla de Di Mèo e Buleòn (2007), como sendo de modo concomitante extensão objetiva, campo de experiência e produto social, foi o ponto de ancoragem para apresentarmos essas diferentes propostas de abordagem geográfica. Ao invés de criar oposições buscou-se destacar a validade e complementariedade das distintas propostas epistêmicas de estudo do Turismo desde a Geografia.

---

<sup>19</sup> Tradução livre de: "Maps became not only products within which ideologies and marketing strategies were coded, but necessary tools for openly performing my encounter with the urban space. [...] It is not a matter of freedom to explore the city space in contrast with the map's impositions. I suggest that following the map's routes in their intent to explain the evolution of the shape of the city becomes in itself an act of freedom. [...] Moving through Berlin's map space, tourists organise their knowledge and imagination about the city, acquiring a spatial competence that can make their encounter with the city simultaneously more lucid and enchanting. Even in this sense, we might think that '[map] technologies become empowering instead of controlling' (Perkins, 2009, 132).

<sup>20</sup> Tradução livre de: "While tourists and other temporary visitors undermining the autonomy of places, they can alternatively be regarded as helping to reconstitute it by adding a relational dimension to local performances and perceptions of the distinctiveness of place."

Ressaltamos a importância e a necessidade de atualização constante dos estudos que desde um prisma positivista, focados no espaço como extensão, tratam sobre a distribuição espacial do turismo. Além de ser subsídios para a gestão e planejamento, saber onde estão os turistas e os termos de sua distribuição desigual no espaço geográfico são requisitos para que: (a) se ultrapasse a abrangência idiográfica das análises de destinos e busque-se a compreensão de lógicas e dinâmicas mais gerais; (b) sirvam como amparo para o estabelecimento de uma agenda, ou um mapa, de quais são os locais em que parece ser pertinente investir no estudo dos arranjos e dinâmicas turísticas a partir de perspectivas teóricas mais compreensivas, diminuindo a abrangência do 'potencial turístico' como instrumento de análise.

Para que sejam possíveis essas contribuições advindas de investigações geográficas em que o turismo é considerado desde uma ontologia do espaço entendido enquanto extensão objetiva, é necessário o estabelecimento de algumas definições que o universalizam, de algumas 'caixas-pretas'. No entanto, a partir desses resultados é possível questionar-se sobre quais são as implicações e as origens de determinados arranjos espaciais do turismo, e assim questionar essas próprias 'caixas-pretas'. Por que e como os arranjos denotados como turismo se estabilizam de determinado jeito, e não de outros? Por que essas maneiras não são comuns a todos lugares, e mesmo onde se assemelha, são fartas as idiosincrasias e diferenças? Nesse sentido, é interessante o entendimento do turismo como uma da expressão na trama de relações entre objetos, ações e discursos que compõem o espaço geográfico entendido em sua ontologia social. Assim, para a descrição e compreensão, mesmo que temporária, de como tais ordenamentos se estabilizam e se viabilizam é pertinente uma troca de lentes. Relaxa-se o foco que busca o que é o turismo, para buscar-se a compreensão de como é possível que esse ocorra, e a partir de quais arranjos, de quais atores, e, ainda, quais são as variações possíveis de constituição de suas tramas. Tal ênfase na estabilização desses ordenamentos de objetos e ações que o Turismo envolve é um passo importante para compreender a sua diversidade, e desde um interesse no desenvolvimento local, o porquê de algumas iniciativas serem melhor sucedidas que outras.

Em outro aspecto percebe-se um aumento generalizado da mobilidade, e conseqüentemente do número de pessoas que em algum momento de suas vidas se encontram na situação de turistas. Essa condição implica em lógicas de uso e de significação da realidade espacial, que unificam os sujeitos e os lugares em uma linguagem de leitura do mundo cada vez mais difundida e compartilhada. Aí a ênfase na dimensão do espaço como mundo vivido pelos sujeitos, e no turismo como instância da política e da constituição dessas subjetividades e espacialidades contemporâneas. De modo geral, podemos constatar a multiplicidade de enquadramentos teóricos de estudo do turismo desde a Geografia, o que exalta a necessidade de uma prática científica em constante revisão e reflexão sobre a produção de conhecimentos, que são metacomentos, e sobre os paradigmas desde o qual são produzidos. Embora essa realidade possa gerar questionamentos e inseguranças, enquanto pesquisadores a percebemos de modo estimulante, em especial o desafio a que isso nos instiga.

## REFERÊNCIAS

Bagnoli, L. (2006) *Manuale di geografia del turismo: dal Grand Tour ai sistemi turistici*. Turim: UTET.

Barthes, R. (2001) *Mitologias*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Benevides, I.P. & García, F.E.S. (1997) Imagens urbanas depuradas pelo turismo: Curitiba e Fortaleza. In: Rodrigues, A.B. (org.) *Turismo. Modernidade. Globalização*. São Paulo Hucitec.

- Berque, A. (1998). Paisagem-Marca, Paisagem-Matriz: Elementos da problemática para uma Geografia Cultural. In: Corrêa, R.L.E & Rozendahl, Z. (orgs.) *Paisagem, Tempo e Cultura*. Rio de Janeiro: EDUERJ.
- Bertoncello, R. (2008) *Turismo y Geografía: lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Buenos Aires: Ciccus.
- Boullón, R. (1990) *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Boyer, M. (2003) *História do Turismo de Massa*. Bauru: EDUSC.
- Bruner, J. (1997) *Atos de significação*. Porto Alegre: Artes Médicas.
- Castrogiovanni, A.C. (2004) *A Geografia do Espaço Turístico, como construção complexa da Comunicação*. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, PUCRS.
- Claval, P. (2011) *Epistemologia da Geografia*. Florianópolis: Ed. UFSC.
- Coleman, S. & Crang, M. (2008) *Tourism: Between place and performance*. Oxford: Berghahn.
- Crang, M. (2004) Geografias Culturais do Turismo. In: Lew, A.A.; Hall, C.M. & Willians, A.M. (orgs.) *Compêndio de Turismo*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Crouch, D. (2008) *Surrounded by place: embodied encounters*. In: Coleman, S. & Crang, M. *Tourism: Between Place and Performance*. Oxford: Berghahn.
- CRUZ, R.C.A. (1997) O nordeste que turismo(ta) não vê. In: Rodrigues, A.B. (org.) *Turismo modernidade e globalização*. São Paulo: Hucitec.
- Cruz, R.C.A. (2006) Os paradoxos do turismo na cidade de São Paulo. In: Carlos, A.F. & Oliveira, A.U. (orgs.) *Geografias das metrópoles*. São Paulo: Contexto.
- Di Méo, G. ; Buléon, P. (2007) *L'espace social*. Lecture géographique des sociétés. Paris : Armand Colin.
- Équipe MIT (2005) *Tourismes 2: moments de lieux*. Paris: Belin.
- Falk, J.; Ballantyne, R; Packer, J. & Benckendorff, P. (2012) Travel and learning: a neglected tourism research area. *Annals of Tourism Research*, V.90(2), pp.908-927.
- Franlin, A. (2004) *Tourism as an ordering: towards a new ontology of tourism*. *Tourist Studies*, V.4(3), pp.277-301.
- Latour, B. (2012) *Ciência em ação*. São Paulo: Unesp.
- Leotta, N.(2005) *Approcci visuali di turismo urbano*. Milão: Hoepli.
- Löfgren, O. (2006) *Storia delle vacanze*. Milão: Bruno Mondadori.
- Lozato-Giotart, J.P. (2002) *Geografia del Turismo: dallo spazio visitato allo spazio consumato*. Milão: FrancoAngeli.

Lussault, M. (2007) Le tourisme, un genre commun. In: Duhamel & Knafou (orgs.) *Mondes urbains du tourisme*. Paris: Belin.

Lynch, K (1982). *A imagem da cidade*. São Paulo: Martins Fontes.

Maccannell, D. (1999) *The tourist: a new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press.

Maccannell, D. (2010) *The ethics of sightseeing*. Berkeley: University of California Press.

Massey, D. (2008) *Pelo Espaço: uma nova política da espacialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Miossec, J.M. (1977) L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme. *Annales de Géographie*, V.86(473), pp. 55-70.

Morin, E. (2003) Da Necessidade de um pensamento complexo. In: Menezes, F. & Machado, J. (orgs.) *Para navegar no século XXI*. Porto Alegre: Sulina.

Morin, E. (2008) *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Piaget.

Pearce, D. (1987) *Tourism Today: a geographical analysis*. Nova Iorque: Longman.

Pimentel, M. R. (2013) A experiência turística e a imaginabilidade da paisagem urbana. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, V.5(3), pp. 421-438.

Pimentel, M. R. (2010) Cataratas do Iguaçu: experiências e registros de uma paisagem turística. Porto Alegre. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do RS. Disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/27007>. Acesso em 14 de out. de 2012.

Pimentel, M.R.; Dorfman. (2011) Colocar-se diante do mundo: convergências pedagógicas entre turismo e geografia. *Cadernos do Aplicação (UFRGS)*, v. 23, pp. 241-255.

Portuguez, A. (2001) *Consumo e espaço - turismo, lazer e outros temas*. São Paulo: Roca.

Ricoeur, P. (2012) *Tempo e Narrativa*. V.1: A intriga e narrativa histórica. São Paulo: Martins Fontes.

Rosseto, (2012) T. Embodying the Map: Tourism practices in Berlin. *Tourist Studies*, V.12(1), pp.28-51.

Rodrigues, A. (1997) *Turismo e Espaço - Rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: Hucitec.

Santos, M. (2006) *A natureza do espaço: Técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Edusp.

Selby, M. (2004) *Understanding urban tourism: image, culture and experience*. Nova Iorque: IbTauris.

Serpa, A. (2007) *O espaço público na cidade contemporânea*. São Paulo: Contexto.

Silveira, M. L. (1997) Da fetichização dos lugares à produção local do turismo. In: Rodrigues, A.B. (org.) *Turismo modernidade e globalização*. São Paulo: Hucitec.

Urbain, J.D. (2002) *L'idiot du Voyage: histoires de touristes*. Paris: Payot.

urry, J. (2001) *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: SESC.

Van Der Duim, R.; Ren, C. & Jóhannesson, G.T. (2013). Ordering, materiality, and multiplicity: enacting Actor-Network Theory in tourism. *Tourist Studies*, V.13(1), pp. 3-20.

**Submissão à convite: 25 JUL 2015**

**Aprovado: 5 OUT 2015**