

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS ERECHIM
CURSO DE GEOGRAFIA**

ADRIELI KEZIA DE OLIVEIRA ALVES

**AS POSSÍVEIS CONTRIBUIÇÕES DA GEOGRAFIA PARA O ESTUDO DO
TURISMO**

ERECHIM

2021

ADRIELI KEZIA DE OLIVEIRA ALVES

**AS POSSÍVEIS CONTRIBUIÇÕES DA GEOGRAFIA PARA O ESTUDO DO
TURISMO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Geografia da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), como requisito para obtenção do título de Licenciatura em Geografia

Orientador: Prof. Dr. Reginaldo José de Souza

ERECHIM

2021

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Alves, Adrieli Kezia de Oliveira
As Possíveis Contribuições da Geografia para o estudo
do Turismo / Adrieli Kezia de Oliveira Alves. -- 2021.
35 f.

Orientador: Doutor Reginaldo José de Souza

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Licenciatura em Geografia, Erechim, RS, 2021.

1. Turismo. 2. Paisagem. 3. Segregação. 4. Geografia.
I. Souza, Reginaldo José de, orient. II. Universidade
Federal da Fronteira Sul. III. Título.

ADRIELI KEZIA DE OLIVEIRA ALVES

**AS POSSÍVEIS CONTRIBUIÇÕES DA GEOGRAFIA PARA O ESTUDO DO
TURISMO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Geografia da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), como requisito para obtenção do título de Licenciatura em Geografia.

Este trabalho de conclusão foi defendido e aprovado pela banca em 16 de outubro de 2021:

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Reginaldo José De Souza

Orientador

Prof. Dr. Éverton De Moraes Kozenieski-UFFS

Avaliador

Prof. Dr. João Paulo Peres Bezera-UFFS

Avaliador

RESUMO

O fenômeno do turismo envolve diversos elementos geográficos, como: a paisagem, o lugar e o território. Assim como envolve fatores de segregação e o uso do meio ambiente. O turismo utiliza-se da paisagem como fator predominante para a comercialização de pacotes turísticos. O turismo transforma o local causa diversos impactos ao meio ambiente, positivos e negativos. A geografia pode contribuir muito nas reflexões acerca do turismo, sendo utilizada para a compreensão do fenômeno e a importância que a paisagem tem para o desenvolvimento do turismo, buscando meios alternativos fora dos grandes circuitos de massa, analisando suas potencialidades e os impactos gerados por esse turismo alternativo nas comunidades. As comunidades envolvidas no turismo que ficam fora dos grandes circuitos de massa são administradas por seus integrantes, assim como toda a renda gerada retorna integralmente para a população e o lucro não é imediato. Ao contrário das megaempresas de turismo, que comercializam os pacotes de viagens e buscam por lucro o mais breve possível. O turismo alternativo é uma forma de se afastar dos grandes centros, da vida agitada e ter momento de descanso, lazer e aventura. O presente trabalho tem como objetivo discutir essas questões, considerando a geografia como uma ciência que tem potencial para analisar o turismo como atividade econômica e ter uma leitura crítica sobre seus desdobramentos no espaço geográfico.

Palavras-chaves: Turismo. Paisagem. Segregação. Geografia.

ABSTRACTO

El fenómeno del turismo involucra varios elementos geográficos, tales como: paisaje, lugar y territorio. Así como involucra factores de segregación y uso del medio ambiente. El turismo utiliza el paisaje como factor predominante para la comercialización de paquetes turísticos. El turismo transforma el lugar provoca varios impactos en el medio ambiente, tanto positivos como negativos. La geografía puede aportar mucho en las reflexiones sobre el turismo, utilizándose para comprender el fenómeno y la importancia que tiene el paisaje para el desarrollo del turismo, buscando medios alternativos fuera de los grandes circuitos de masas, analizando su potencial y los impactos que genera este turismo alternativo en comunidades. Las comunidades involucradas en el turismo que se encuentran fuera de los grandes circuitos de masas son administradas por sus miembros, así como todos los ingresos generados regresan íntegramente a la población y la ganancia no es inmediata. A diferencia de las megaempresas de turismo, que venden paquetes de viajes y buscan ganancias lo antes posible. El turismo alternativo es una forma de alejarse de las grandes ciudades, de la agitada vida y tener un momento de descanso, ocio y aventura. Este artículo tiene como objetivo discutir estos temas, considerando la geografía como una ciencia que tiene el potencial de analizar el turismo como actividad económica y tener una lectura crítica de sus consecuencias en el espacio geográfico.

Palabras clave: Turismo. Paisaje. Segregación. Geografía.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
2	OBJETIVOS.....	10
	2.1 OBJETIVO GERAL	10
	2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
3	JUSTIFICATIVA	11
4	NOTAS TEÓRICAS SOBRE O TURISMO	12
	4.1 O TURISMO NA HISTÓRIA.....	12
	4.2 O TURISMO DE MASSA.....	15
	4.3 O TURISMO FORA DOS GRANDES CIRCUITOS DE MASSA	18
5	PAISAGEM UMA CATEGORIA ESPACIAL INCORPORADA AO TURISMO....	21
	5.1 PAISAGEM: DEFINIÇÕES	21
	5.2 PAISAGEM COMO APELO TURÍSTICO.....	22
	5.3 PAISAGEM COMO MERCADORIA.....	24
6	COMO A GEOGRAFIA PODE CONTRIBUIR AO ESTUDO DO TURISMO	26
	6.1 BREVES APONTAMENTOS DO TURISMO NA PERSPECTIVA DE GEOGRÁFOS BRASILEIROS	26
	6.2 A ABORDAGEM CRÍTICA SOBRE O TURISMO	28
	6.3 O TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA COMO POTENCIALIDADE DE PRODUÇÃO DE RENDA, INCLUSÃO SOCIAL E CONSERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO.....	29
7	CONCLUSÃO.....	32
8	REFERENCIAS.....	33

1 INTRODUÇÃO

A atividade turística influencia a transformação da paisagem geográfica (elemento de investigação da geografia) de forma a induzir a criação de paisagem como pontos turísticos, assim como utilizando-se de espaços já existentes para a prática do mesmo. O que por sua vez acaba interferindo na paisagem local e deixando a natureza com ‘marcas’ que podem, com o passar do tempo, tornar-se irreversíveis.

A geografia é a ciência que estuda o espaço, e a relação dele com o ser humano. O turismo utiliza-se da paisagem como meio de vender pacotes turísticos. A paisagem é o principal elemento que o setor turístico utiliza para a venda de pacotes, sendo está utilizada até mesmo em propagandas de empresas. Para a geografia paisagem é tudo o que a vista alcança, ou seja, ela pode ser natural ou artificial, dessa forma o turismo pode utilizar-se das duas para que possa agradar os mais diferentes tipos de público.

O turismo vem a ser mais uma mercadoria oferecida pelo capitalismo, no qual permite comprar, vender e consumir por um lazer em alguns casos muito luxuosos. Ele segrega determinada porção da sociedade daquela região onde o turismo ocorre com mais afinco, isso porque as cidades/municípios próximos acabam por ser excluídos da possibilidade de lazer dos turistas.

As cidades/municípios podem ser beneficiadas de maneira a produzir matéria-prima para que sejam feitas lembranças dos locais visitados pelos turistas, mas mesmo assim esses locais têm pouco retorno se comparado ao local onde irá receber e hospedar os turistas.

Outro fator a ser considerado é que os moradores destes “polos turísticos” vão ser afastados de locais mais centrais por conta dos preços, pois o comércio começa a ir em busca de maior lucro com os turistas e acaba prejudicando os moradores locais com aumentos abusivos, nos quais muitas vezes esses moradores não tem condições de pagar.

Um pensamento crítico referente ao turismo ajuda a ver que por traz de tanto luxo, de tanta exuberância que o turismo proporciona existem muitos fatores negativos envolvidos e que por si só prejudicam principalmente a vida de quem mora nesses locais.

O turismo pode ser uma alternativa que permite a geração de renda mantendo a sustentabilidade do local/área. O turismo de natureza ocupa uma posição importante, alguns autores utilizam a expressão “turismo alternativo” que aborda mudança e também inovações no turismo convencional. O turismo é muito importante para o desenvolvimento local e regional,

ele gera empregos e melhora o desenvolvimento econômico, Pinto (2007) utilizando-se de Beni (1998), vai ressaltar que:

[...] os efeitos econômicos do Turismo são de expressiva importância para o processo de desenvolvimento da economia e, por sua vez, dos índices sociais e do padrão de vida da população. O Turismo provoca o desenvolvimento intersetorial, em função do efeito multiplicador do investimento e dos fatores de crescimento da demanda interna e receptiva. É uma atividade excelente para a obtenção de melhores resultados no desenvolvimento e planejamento regional ou territorial. O aumento da oferta turística [...] tem como efeito a elevação da demanda por emprego, repercutindo na diminuição da mão-de-obra subutilizada ou desempregada (BENI, 1998 apud PINTO, 2007, p. 23).

A geografia por meio de um pensamento crítico pode mobilizar o turista para um consumo consciente do espaço em que ele desfruta, pode também delimitar e apontar as consequências que esse uso periódico do espaço causa na vida da população da região.

O que as pessoas não veem por trás das belezas paisagísticas de um local é a desigualdade social que existe, a fome, a pobreza, a falta de saneamento básico, o descarte de lixo irregular, falta de políticas públicas eficientes e de moradias adequadas para a população.

O questionamento que fica é como a geografia pode contribuir para o estudo do turismo, sendo ela uma disciplina que tem como principal elemento de estudo o espaço geográfico. Quais são as possíveis colaborações que essa disciplina pode fazer ao fenômeno do turismo?

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

- Analisar como a geografia pode influenciar no estudo do turismo e os problemas que essa prática gera nos grandes circuitos de massa e fora deles.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar o uso da paisagem como fator de compra e venda de pacotes turísticos;
- Analisar as potencialidades do turismo comunitário como uma forma de turismo alternativa;
- Averiguar o desenvolvimento das regiões de polos turísticos e como a sociedade pode sofrer com a interferência turística.

3 JUSTIFICATIVA

Busca-se encontrar, através de uma revisão bibliográfica, as principais contribuições da geografia para o estudo do turismo dentro e fora dos grandes circuitos de massa. Dois elementos importantes estudados pela geografia são o espaço geográfico e a paisagem, ambos são de fundamental importância para o desenvolvimento do turismo em qualquer região, pois ele irá desfrutar de ambos para a venda de pacotes turísticos.

Será analisada a história do turismo, como ele se desenrolou com o decorrer dos anos, a influência que as Revoluções industriais causaram para o aumento do turismo assim como a evolução dos meios de transporte que encurtaram as distâncias e baratearam os custos das viagens, promovendo maior procura de locais para viajar.

Também será buscado meios alternativos de turismo fora dos grandes circuitos de massa, analisando suas potencialidades e os impactos gerados por esse turismo alternativo nas comunidades.

4 NOTAS TEÓRICAS SOBRE O TURISMO

4.1 O TURISMO NA HISTÓRIA

A história do turismo ainda gera discordâncias, pois, alguns autores acreditam que seu surgimento foi na Grécia Antiga, ainda no século VIII a. C., quando as pessoas viajavam para ver os Jogos Olímpicos, todavia outros autores afirmam que o turismo teve seu início em civilizações ainda mais antigas nas quais realizavam viagens para realizar transações comerciais (SILVA e KEMP, 2008).

O livro ‘História Aplicada ao Turismo’ de Jucilane Pedrosa Machado conta a história do turismo e como se desenvolveu no passar dos anos. No período do império romano foi desenvolvida uma infraestrutura que permitam as viagens por cerca de 150 km isso tudo em apenas um dia essas estradas interligavam todo o império. Os romanos tinham o costume de viajar bastante para assistir teatros lutas entre gladiadores assim como frequentavam locais termas. Como Roma era uma cidade muito grande com cerca de um milhão de pessoas o governo criou políticas as quais ofereciam espetáculos para as pessoas se entreterem que ficou conhecido como pão e circo. Todas as festas levaram a construção de infraestruturas como anfiteatros e o mais conhecido Coliseu que apresentava lutas entre gladiadores e entre homens e feras.

Entre os séculos V e XV, a Europa viveu um período conhecido como feudalismo, o que atrasou seu crescimento, só voltando a crescer com a influência da cultura mulçumana, a qual em suas peregrinações religiosas até Jerusalém deslocaram milhares de pessoas, sendo que esse deslocamento era feito pelo menos uma vez ao ano. Outro movimento que impulsionou essas viagens foram as cruzadas com objetivo religioso os cavaleiros senhores feudais queriam conquistar terras novas e novas riquezas e os comerciantes buscavam aumentar seus mercados essas cruzadas reabriram o mediterrâneo intensificaram nas viagens as relações comerciais do oriente com o ocidente.

Como passar do tempo o ato de viajar se tornou algo educativo. Ingleses enviavam seus filhos para outros países com o auxílio de um professor para aprender em novas línguas e aprenderem mais sobre o mundo eram viagens educacionais e culturais. Em 1282 começaram a surgir hospedarias especializadas para pessoas que viajavam com comitivas cada vez maiores. Com o tempo essas viagens começaram a valorizar as paisagens.

Um fator muito importante a ser considerado foi a revolução industrial a qual foi o divisor de águas que transformou a vida das pessoas na comunicação e no transporte. Em 1830 a Inglaterra inaugurou a primeira estrada de ferro após isso Estados Unidos Alemanha e França também criaram suas primeiras estradas de ferro.

O turismo começou a se modernizar a partir da metade do século 19 quando Thomas Cook que é considerado o pai do turismo moderno organizou a primeira viagem para um congresso antialcoólico na Inglaterra nisso ele viu potencial econômico e começou a realizar excursões de forma profissional. Em 1851 ele organiza uma viagem de turismo para 165 pessoas para uma exposição mundial de artes em Londres. Em 1867 Thomas Cook criou o voucher. Em 1872, foi o primeiro a dar a volta ao mundo com um grupo de 9 pessoas que durou 222 dias.

Com o desenvolvimento das estradas, a criação do automóvel, do avião e de navios as hospedagens aumentaram em várias partes do mundo organizaram os espaços de visitação pública e contribuíram para as transformações do turismo na modernidade.

No Brasil o ato de viajar iniciou com a família real que abriu os portos das nações ainda em 1808 para que estrangeiros pudessem visitar e conhecer o Brasil isso acabou impulsionando as atividades de comércio de importação e exportação.

O Rio de Janeiro que abrigava a família real passou por várias transformações, foram construídas pontes, criado um abastecimento de água, construído calçadas, implementado iluminação pública e abriram-se estradas fazendo com que os comércios se multiplicassem por todos os lados da cidade.

A moda na época era o turismo das Águas os banhos de mar. Os hotéis procuravam atrair seus novos hóspedes e passaram a explorar os banhos de água doce existentes.

Em 1806 foi construída a ferrovia que ligava São Paulo a Santos a qual em 1867 ligou até a Jundiaí, isso ampliou ainda mais o comércio e fez com que as distâncias diminuíssem melhorando a prestação de serviços comerciais e urbanos.

O Brasil já possuía 600 indústrias no ano de 1880. Foi aí que se iniciou a navegação a vapor na região norte. A abertura dos portos comerciais fez com que vários viajantes fossem atraídos para o Brasil para enriquecer. O Brasil é um país lindo por natureza e isso motivava turistas de todo mundo atraindo vários naturalistas, botânicos e zoológicos que vieram morar no país.

De acordo com Machado (2014), o Rio Grande do Sul no século XIX, tinha um grande obstáculo para aqueles que desejassem viajar. As estradas eram improvisadas buscando desviar ao máximo das matas fechadas, não existiam pontes e em tempos de enchentes era necessário

contornar esses rios dificultando ainda mais a viagem e o deslocamento. Em 1727 foi aberto o caminho de conventos depois o de Viamão em 1734 foi aberto o caminho do sertão aí foi instalado o caminho do Planalto Sul rio-grandense.

Por essas estradas serem um local de difícil acesso acabou impedindo a integração do Rio grande do Sul ao resto do Brasil. Como as estradas eram precárias as únicas possibilidades eram as viagens pelo mar, mas essas viagens eram praticamente proibidas pois a costa tinha pouca profundidade. O tropeirismo foi praticamente a primeira forma de turismo que ocorreu no grande do Sul como mostra Machado:

O Sujeito do Turismo é o turista, a razão principal para que o Turismo exista e em torno do qual todo o processo se desenvolve. A Temporalidade diz respeito à viagem e a permanência do turista ou viajante num local ou destino que não o da sua residência[...] (MACHADO, 2014, p. 308)

O ir e vir de tropas foi promovendo, por onde estas tropas transitavam, através de um verdadeiro corredor por elas articulado, uma dinâmica de relação humanas que deitaram raízes socioculturais definidoras de sua raiz tropeira (BARROSO, 2006, p. 173) apud MACHADO, 2014, p.311).

Como os tropeiros faziam longas viagens que demoravam dias eles precisavam de locais para passarem a noite então começou a se ter as chamadas casas de pasto que seriam estalagens para abrigar esses tropeiros.

Machado 2014 vai trazer algumas dissertações as quais falavam dessas casas de pasto ela traz referências de jornais que traziam críticas as casas de pasto que não tinham serviços adequados de hospitalidade conforto limpeza segurança e respeito. Isso se mostra a falta de planejamento e de treinamento e de organização das primeiras casas de pasto.

Essas casas de pasto foram de grande importância para o desenvolvimento social econômico no local onde se instalavam. O tropeirismo fez com que surgissem essas casas de pasto e fez com que as mesmas os atendessem viajantes por séculos, mas este não era seu único público.

O termo casas de pasto pode ser substituída pelo termo hotel que é sinônimo para luxo e a qualidade dos serviços é muito superior. Antes mesmo do luxo entrar nos hotéis as casas de pasto já eram conhecidas por hotéis. Essas casas de pasto forneciam alimentação e hospedagem aos tropeiros e estalagem para seus animais, com o tempo elas se modificaram e a profissão dos tropeiros foi deixada de lado.

Alguns autores vão tratar o tropeirismo no Rio Grande do Sul como uma espécie de turismo, mas na verdade o tropeirismo era uma forma de geração de renda e que movimentava a economia da época. O que pode-se afirmar é que os caminhos, as casas de pastos abertas para/pelos tropeiros foi o que ajudou no desenvolvimento das regiões o que, por sua vez,

permitiu que ocorresse um aumento no deslocamento voluntário das pessoas para realizar o turismo.

4.2 O TURISMO DE MASSA

A origem do termo Turismo, deriva da:

[...] palavra francesa *tour*, raiz do atual conceito de turismo, provém do substantivo latino *tornus* (“volta”) ou do verbo *tornare* (“voltar”). Inicialmente significava “movimento circular” e com o tempo passou a designar também “viagem de recreio, excursão”. O termo francês *Tourisme* (1643) disseminou-se nos mais diversos idiomas, como se vê no vocábulo inglês *Tourism* (1811). Na própria etimologia da palavra “Turismo” está refletida a evolução da atividade. Seu primeiro registro em português, no século XX, já designava bem mais do que “uma viagem de ida e volta”. (BOSISIO, 2005, p. 9).

O termo “Turismo” pode ser identificado como atividades realizadas por determinados indivíduos durante uma viagem para locais diferentes do seu local de moradia. Ele está baseado em atividades que, por sua vez, acabam por modificar a superfície terrestre, como a paisagem. O turismo gera impactos positivos e negativos em cada área envolvida, isso tudo depende da forma como ele é planejado administrado e também realizado. Para Pinto utilizando-se de Beni, o turismo é:

Visto como atividade econômica, o turismo compreende uma série de serviços que são oferecidos ao viajante, que se desloca de sua cidade de origem e permanece em outro destino por diversos motivos. O conjunto de serviços efetivos colocados no mercado constitui uma oferta de turismo (BENI, 1998 apud PINTO, 2007, p. 23).

O planejamento do turismo busca atender as necessidades individuais e também acaba por contribuir para o desenvolvimento local, que por sua vez, permite melhorias na qualidade de vida das pessoas desta localidade, por isso é necessário que haja esse planejamento turístico para que se possa ter um turismo baseado na sustentabilidade, ou seja, que preserve os recursos naturais gerando o menor impacto possível. Segundo Almeida, et al (2007), o:

[...] turismo é uma prática social que consiste no movimento espacial de um ser ou mais pessoas do lugar de residência permanente em direção a outro lugar em que serão visitantes ou hóspedes, onde devem permanecer por um período de, no mínimo, 24 horas. No lugar turístico desfruta-se da hospitalidade dos anfitriões com os quais partilham os espaços de contemplação visual, estética e cultural de seu patrimônio, bem como dos equipamentos de lazer disponíveis. Turistas e anfitriões devem desfrutar do patrimônio de modo sustentável, ou seja, usando os espaços e

equipamentos de cultura e lazer sem causar danos. Podem e devem até mesmo sugerir melhorias nos serviços e atividades (ALMEIDA, et al, 2007, p.16).

Ou seja, “Como imagem ou representação de um lugar, a paisagem representa o meio principal e mais durável de contacto entre o turista e o lugar prospectivo ou consumido” (MARUJO e SANTOS, 2012, p. 40 apud TERKENLI, 2004: 382).

O conceito de turismo da OMT (Organização Mundial do Turismo) e adotado pelo Brasil, diz que o turismo é:

[...] uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações- compra e venda de serviços turístico- efetuados pelos agentes econômicos do turismo, gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que tem residência a fixa, por quaisquer motivos, executando-se e exercer alguma atividade remunerada no local que visita. (CESAR et. al. 2007, p. 8)

Com as Revoluções Industriais iniciaram as lutas sociais por melhores condições de trabalho que permitissem aos funcionários salários relativamente dignos e jornadas menos exaustivas quando comparadas com o período inicial da produção industrial. Isso interferiu de modo significativo no desenvolvimento do setor turístico, pois permitiu um aumento da procura por locais para desfrutar de momentos de lazer e descansar da correria do dia-a-dia. Outro fator a se destacar é o desenvolvimento dos meios de transporte que encurtaram as distâncias e as deixaram mais baratas, e isso aumentou a procura das empresas pelas chamadas viagens de negócios.

O aumento da urbanização interferiu no setor turístico na hora do consumidor procurar um destino. Isso porque os turistas acabam buscando locais mais afastados dos grandes centros e vão em busca de locais mais tranquilos. Com o incremento tecnológico na vida urbana, muitos aspectos da vida social se tornaram mais confortáveis, como por exemplo, a rede de distribuição de água tratada, de energia, automóveis, eletrodomésticos. Por outro lado, o ambiente urbano também passou a representar um afastamento de paisagens bucólicas, mais próximas da natureza e de uma vida ideal permeada por calma, ar puro e silêncio. Isso se tornou um atrativo turístico.

A paisagem é transformada pela sociedade, ou seja, ela é transformada em objetos de consumo do ser humano. Ela é utilizada em panfletos e propagandas (impresas ou em vídeos) de empresas voltadas ao turismo para influenciar os consumidores a comprarem seus pacotes turísticos. Podemos ver em algumas propagandas de agências de viagens.



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/412360909600797932/>

Os meios de comunicação vendem as paisagens, segundo Marujo e Santos (2012, p.41) “[...] com a competição que existe entre os lugares turísticos, não há uma valorização dos lugares, mas sim um *marketing* de paisagens que resultam de uma produção mais ou menos artificial”.

O turismo de massa trouxe impactos positivos os quais geram renda para a comunidade e também a região, pois as cidades em torno do ‘polo turístico’ acabam sendo beneficiadas pela venda de matéria prima para a produção de lembranças ou melhorias de infraestrutura de hospedarias, e negativos que influenciam o desenvolvimento das regiões. Bursztyn, Bartholo e Delamaro ressaltam que:

Os impactos negativos provenientes deste modelo de desenvolvimento do turismo não se limitam aos aspectos sociais e ambientais. Mesmo uma análise estritamente econômica pode evidenciar que dificilmente as populações locais se beneficiam com a implantação dos mega-empresendimentos (BURSZTYN, BARTHOLO e DELAMARO, p.84)

Ou seja, as populações locais não são beneficiadas como realmente parece, pois como já citado anteriormente, ocorre uma segregação de uma parcela da população local por não conseguir chegar ao ‘nível’ exigido pelos polos turísticos. Em continuação Bursztyn, Bartholo e Delamaro dizem que:

O significativo aumento dos fluxos turísticos não propiciou efeito positivo para a qualidade de vida das populações locais. Suas condições de existência ficaram dependendo de um fortalecimento de políticas públicas sociais suplementares. Os investimentos da ordem de meio milhão de dólares voltados para a implantação do megaempresendimento¹ não trouxeram consigo diminuição do processo de exclusão social (RIBEIRO, 2005 apud BURSZTYN, BARTHOLO e DELAMARO, p.84)

¹ Esses megaempresendimentos seriam as empresas que se instalam em pequenas regiões e realizam a administração do turismo local sem a opinião da comunidade.

4.3 O TURISMO FORA DOS GRANDES CIRCUITOS DE MASSA

Fora dos grandes circuitos de massa pode-se encontrar formas alternativas de turismo. O Ecoturismo e o turismo de Aventura são dois exemplos. Isso porque o ele busca manter o local o ‘mais original possível’, ou seja, a interferência antrópica nele é muito pequena em relação aos circuitos de massa.

Turismo de Aventura é o turismo em que pessoas viajam para locais afastados/remotos para praticar esportes e que podem acontecer alguns fatos inesperados. Ele estaria mais voltado para um turismo ecológico, pois interfere o mínimo possível no meio ambiente.

O Turismo de Aventura utiliza os esportes radicais ou esportes de ação, aqueles que são praticados em situações potencialmente perigosas; envolvendo riscos evidentes, requerendo atenção constante a “linhas de segurança” que não podem ou não devem ser ultrapassadas. (MOTA; FERREIRA; WADA e SANTOS, 2014, p.64)

O conceito de Turismo de Aventura “está na moda nos grandes centros do Brasil é essencialmente rural e combina o turismo com a prática de esportes ligados a natureza” (CORREIA, 2003, p.21). De acordo com Moraes e Coriolano, o turismo de aventura em sua maioria se encontra:

[...] em regiões naturais, fazendas, unidades de conservação, em lugares urbanizados também. Variam segundo especialização, infraestrutura e grau de profissionalização da oferta e exigência dos turistas. O controle das atividades, na minimização dos impactos ambientais, em alguns casos, deixa o turista frustrado. (MORAIS e CÔRIOLANO, 2011, p. 9).

Esse segmento turístico movimenta os turistas de espaços urbanos para espaços rurais/naturais com a intenção de praticar esportes de caráter radicais. Esses esportes são praticados com riscos calculados, que incluem fortes emoções. Esse tipo de turismo pode abranger os mais diversos níveis de turistas, desde os leigos até os especialistas com objetivo competitivo.

O turismo de aventura começa a surgir ainda no século XIX, onde as pessoas começavam a tentar ultrapassar seus limites com escaladas, uma das mais conhecidas é a escalada do monte Matterhorn ainda em 1865, e em 1869 a descida do Rio Colorado. Após esse período começaram a surgir empresas especializadas na área, também iniciam suas atividades a Sociedade Geográfica Nacional e o Clube dos Exploradores as quais impulsionavam e apoiavam o turismo de aventura.

Já em 1950 começa o impulsionamento pela mídia do turismo de aventura, com a subida de Sir Edmund Hillary e Tenzig Norgay no Monte Everest. Na atualidade o turismo de aventura é o que gera mudanças mais rápidas adicionando experiências novas na vida dos turistas.

No Rio Grande do Sul o Turismo de aventura segue uma ordem cronológica desde o seu surgimento (2009) e atualmente existem cerca de 30 empresas especializadas no segmento de Turismo de Aventura. O Rio Grande do Sul, de acordo com Bazotti, “[...] possui em suas terras uma privilegiada formação geológica e variada fauna e flora, bem como recursos hídricos relevantes, o que propicia uma ótima configuração de cenário para a prática das atividades que compõe o Turismo de Aventura” (BAZOTTI, 2012, p. 1).

A cronologia do Turismo de Aventura tem destaque o ano de 1985 onde as práticas esportivas em ambientes naturais ganham destaque. Essas atividades eram realizadas em Parques Nacionais do Estado “ali jovens aventuravam-se nas encostas dos perais, para cruzarem de ponta a ponta os maiores cânions do Brasil” (BAZOTTI, 2012, p. 4).

Essas escaladas já ocorriam a anos, assim como as cavalgadas que ganham novos caminhos os quais começam a realizar expedições nos Campos em Cima da Serra, já nas águas a canoagem na cidade de Três Coroas tem destaque formando assim até mesmo competidores para as olimpíadas, dessa forma começam a surgir as primeiras empresas especializadas em Turismo de Aventura no Rio Grande do Sul.

Já o ecoturismo abrange as dimensões dos conhecimentos do meio ambiente, que valoriza a cultura, as tradições e promove o desenvolvimento sustentável local, ou seja, é “um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva a sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas” (BRASIL, 1994, p. 19).

O ecoturismo gera impactos tanto positivos quanto negativos que são relacionados ao meio ambiente e as comunidades, mas também gera benefícios sociais econômicos e ambientais tanto regionais quanto nacionais. O ecoturismo promove uma diversificação da economia da região, promove pequenos negócios, aumenta a geração de empregos, a fixação da população no interior, melhora as infraestruturas do local, diminui os impactos gerados no patrimônio natural e cultural, aumenta arrecadação para unidades de conservação e diminui impactos nas paisagens (BRASIL, 1994). Correia, utilizando-se de Simões, argumenta que o:

Ecoturismo não é uma modalidade de turismo mais uma filosofia de turismo relacionada com a conservação do meio ambiente, é um segmento da atividade turística que utiliza de forma sustentável o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas (SIMÕES, 2000, p. 245 apud CORREIA, 2003, p.21)

O ecoturismo no Brasil começa a surgir a partir do final do século XIX quando surgem os primeiros parques com o principal objetivo de preservar a natureza de todo e qualquer tipo de contato humano. A proteção se tornou importante nas últimas três décadas do século 20% onde as áreas começaram a ter uma gestão as quais buscavam ao máximo isolar as áreas das atividades humanas.

Hoje, no século XXI se utiliza muito a unidade de comunidades vizinhas, pois o ecoturismo é uma atividade que valoriza a natureza e a cultura, a história e arquitetura e respeita tradições hábitos e tecnologias. De acordo com o site hotéis.com os 10 maiores pontos de ecoturismo brasileiros são:

- | | |
|-------------------------------|----------------------------|
| 1. Chapada do Guimarães/MT; | 6. Domingos Martins/ES; |
| 2. Floresta Amazônia/AM; | 7. Iporanga/SP; |
| 3. Lençóis Maranhenses/MA; | 8. Fernando de Noronha/RJ; |
| 4. Brotas/SP; | 9. Bonito/MS; |
| 5. Conceição do Ibitipoca/MG; | 10. Gonçalves/MG; |

Segundo dados de Tomé (2020) a atividade turística no Brasil movimentou em 2019 cerca de R\$ 551,5 bilhões, e é o setor responsável por cerca de 7,7% do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro.

O turismo alternativo é uma forma de despolarizar o turismo de grandes áreas para áreas menores com histórias, culturas, populações tenham modos de pensar e agir diferente do 'tradicional', dessa forma o turismo se torna mais ousado ao buscar por novos meios de transformar as viagens.

Existem várias possibilidades de turismo alternativo, que são voltadas para a proteção e sustentabilidade do meio ambiente, ou seja, que interferem o menos possível no ambiente. Esse tipo de turismo pode ser de Aventura ou o Ecoturismo. Mais especificamente o Ecoturismo é muito utilizado por comunidades, que buscam aumentar a renda das famílias assim como apresentar aspectos de sua cultura, história e política.

5 PAISAGEM UMA CATEGORIA ESPACIAL INCORPORADA AO TURISMO

5.1 PAISAGEM: DEFINIÇÕES

Paisagem é um conceito muito importante na geografia, pois ela retrata aquilo que vemos, ou seja, tudo o que está no espaço em que vivemos e que pode ser observado, essa paisagem pode ser natural como pode ser cultural. A paisagem (SANTOS, 1998, p. 61) não é formada apenas pelas “coisas”, mas também por movimentos, cores e sons, ou seja, a paisagem não é somente o que vemos, mas é também o que sentimos.

Segundo Barbosa (2010, p. 362) “a paisagem é a soma dos fatores ecológicos e/ou antrópicos, que interagem e se modificam no tempo e no espaço. Deve-se destacar que a ação antrópica aparece como elemento formador da paisagem e primordial para o desenvolvimento desta”. A ação antrópica também é um fator de transformação da paisagem.

A paisagem se dá como um conjunto de objetos reais concretos. Nesse sentido, a paisagem é transtemporal, juntando objetos passados e presentes, uma construção horizontal, uma situação única. Cada paisagem se caracteriza por uma dada distribuição de formas-objetos, providas de um conteúdo técnico específico. (SANTOS, 2002, p. 103-104 apud BARBOSA, 2010, p. 362)

A paisagem acaba por ser estimulada pela atividade turística:

“Esses bens compreendem a paisagem, entendida como um conceito que traduz o aspecto visível e invisível de um lugar. Ela envolve os elementos físicos/naturais e suas interações, como também todas as intervenções e articulações provocadas pela ação humana” (CASTROGIOVANI, 2000 apud BECKER, 2014, p. 55).

A paisagem é o principal aspecto que o turismo precisa para se desenvolver, pois é através dela que as pessoas são atraídas para conhecer o local. Segundo Barbosa (2010), utilizando-se de Pires (2003), a observação de diferentes pessoas em uma mesma paisagem acaba gerando diferentes tipos de paisagem que podem ser de fatores inerentes (associando a imagem), educativos (influencia a sociedade) ou emocionais (relacionando o observador com a paisagem).

Maximiano (2004) relata que a paisagem já foi estudada com diferentes bases, mas todas elas resultam de ações físicas, biológicas e humanas, ou seja, ela não é apenas um elemento natural, mas também é um elemento humano. A paisagem sempre foi um elemento de utilidade

para todos os povos, desde a antiguidade até s dias de hoje, pois a paisagem está baseada em tudo o que aconteceu e acontece em torno das ações humanas.

Numa perspectiva lógica, a paisagem é já o espaço humano em perspectiva. A paisagem é história congelada, mas participa da história viva. São as formas que realizam, no espaço, as funções sociais. Assim, pode-se falar, com toda legitimidade, de um funcionamento da paisagem [...]. (SANTOS, 2002, p. 106-107)

Para Santos, a paisagem já é antrópica, ela contém toda a história da humanidade gravada em si. Assim como ela também é determinada pelo que nela está composto, que no caso determina o tipo da paisagem que se remete.

A paisagem é a concretude do espaço mais os significados implícitos nas formas espaciais. Por isso, ela pode ser uma paisagem simbólica e transmitir a cultura e a identidade de um povo e de uma época. Para compreendê-la é preciso que seja lida como um texto e interpretada segundo a sua história e o seu simbolismo (PADILHA, 2018, p. 96)

Padilha (2018) se remete a paisagem como um livro onde ela necessita ser interpretada para que desta forma se possa compreender a história e cultura por trás dela.

5.2 PAISAGEM COMO APELO TURÍSTICO

De acordo com Marujo e Santos o turismo se utiliza da paisagem para vender os lugares, ou seja, a paisagem tem fundamental importância, pois é ela quem permite aos turistas uma nova experiência sob uma nova ótica de cada local em que ele visita. A paisagem utiliza atrações físicas e culturais, ela também contém fatores históricos, como pode-se utilizar de exemplo, os fósseis encontrados e pinturas rupestres, assim como elementos naturais como, rios, lagos e montanhas.



Fontes: <https://gochile.com.br/reserva-nacional-lago-jeinimemi/> e <https://www.adventureclub.com.br/blog/curiosidades/quais-sao-os-principais-sitios-arqueologicos-do-brasil/>

A paisagem, segundo Marujo e Santos, só existe a partir do momento em que existe um observador, é esse observador que vai permitir que haja a existência dessa paisagem. Ressaltando que a paisagem, para o turismo, pode ter dois pontos de vista fundamentais: cultural e antropológico (social).

Turismo e paisagem (MARUJO e SANTOS, 2012) estão ligados pela observação de locais e dessa forma começa-se a criar imagens/lembranças desses lugares.

“É por isso que, no turismo, a paisagem se transforma muitas vezes em mercadoria para atingir os objetivos do sector público ou privado: motivar e causar impacto nos consumidores reais ou potenciais, ou seja, levá-los a optar por esse destino e não outro” (MARUJO, 2005 apud MARUJO e SANTOS, 2012, p. 43)

A paisagem é a peça fundamental do turismo, sem ela não haveria a procura e a compra de pacotes turísticos.

[...] se estabelece a relação paisagem e turismo, já que ele, o turismo, é uma atividade eminentemente social, produto das ações e desejos do homem que transforma as paisagens em produtos que são mercantilizados e que envolvem diversos elementos essenciais à sua existência, como os recursos naturais e culturais, os equipamentos e serviços e a infraestrutura de apoio. (MILAGRES e SOUZA, 2012, p.38)

Mas o que poucos sabem é que a paisagem também tem sua fragilidade, de acordo com Barbosa (2010) utilizando-se de Pires (2003), a paisagem se torna vulnerável visualmente quando ela retém as ações antrópicas. Isso porque as ações humanas acabam provocando problemas ambientais nos quais, muitas vezes, não fica perceptível ao turista o que faz com que a paisagem se torne vulnerável, sem o olhar devidamente atento do turista.

Pereira e Silva (2021) ressaltam que as belas paisagens é o que atrai os turistas, ou seja, eles não estão interessados nos problemas que aquelas áreas têm, os turistas buscam por locais de descanso para se distrair de seus problemas. A falta de interesse dos governos acaba interferindo ainda mais, pois o mesmo poderia dar ajuda na qualificação do local e dos que irão recepcionar os turistas.

É a paisagem que atrai os olhares, ela apresenta a fisionomias naturais e culturais de cada local. Cada pessoa tem um olhar diferente de cada paisagem, cada olhar tem um peso sobre a proteção e a sustentabilidade de uma área.

5.3 PAISAGEM COMO MERCADORIA

Padilha (2018) apresenta que:

Em geral, os turistas optam por um lugar por sua beleza cênica, ou seja, pela(s) sua(s) bela(s) paisagem(ns). As paisagens dos destinos turísticos são, então, contempladas pelos visitantes, fotografadas inúmeras vezes e de diversos ângulos. Algumas paisagens se tornaram símbolos de seus lugares de origem e até mesmo elemento da identidade cultural de um povo. (PADILHA, 2018, p. 86)

A paisagem é colocada como marketing das empresas de turismo, para assim conseguir voltar os olhares dos possíveis compradores dos pacotes. Isso porque é ela [a paisagem] quem determina o destino dos viajantes, a paisagem não muda o que muda são as formas de ler e vê-la.

Marujo e Santos utilizando-se de Cruz vão chamar essa paisagem de artificial, pois não existe uma valorização da paisagem em si, mas apenas propaganda para a venda de destinos turísticos. Dessa forma:

[...] as paisagens artificiais aproveitadas pelo turismo são também reveladoras da capacidade tecnológica da atualidade, que permite ao ser humano ignorar aspectos naturais e culturais do lugar e materializar as suas fantasias através da construção de paisagens turísticas, onde elas jamais poderiam estar. Para que as paisagens turísticas possam ser exploradas de modo adequado e coerente, o próprio fenômeno do turismo em si deve ser colocado no seu contexto social mais alargado. (CRUZ, 2002, p. 111 apud MARUJO e SANTOS, 2012, p.41-42)

A paisagem tem um peso mais crítico da geografia humana, pois ela se liga com os demais conceitos geográficos. Ela seria uma espécie de ‘cola’ que une os demais elementos geográficos. Ela é, sem dúvidas, a parte mais importante do desenvolvimento e do impulsionamento do turismo de uma determinada área. Como consequência de sua importância a mesma é utilizada como fator de venda desses locais, onde ela é exposta em panfletos, *outdoor*, cartões postais e em propagandas na televisão e *internet*.

É através dessa comercialização da paisagem que a comercialização dessa paisagem é feita. O *marketing* é um fator impressionantemente importante para essa comercialização da paisagem.

A paisagem pode ser vista, de acordo com Bolson (2009), como um sonho, um local de paz e tranquilidade para se livrar do dia a dia corrido e cheio de problemas. Ou até mesmo por mera curiosidade de conhecer novos locais, ter novas aventuras, coloca a paisagem como fator determinante dessas escolhas.

Bolson (2009) também diz que a compra dos pacotes turísticos vem mais por meio da paisagem, pois o turista compra é a paisagem e viaja antes mesmo de sair da agência de viagens, envolvido pelo desejo de conhecer o local e imaginando como será pessoalmente estar no ‘lugar dos seus sonhos’. Um fator a se destacar é a promoção que as agências fazem para diferentes grupos de pessoas.

A promoção turística da imagem deve ser utilizada para públicos específicos. A paisagem se modifica de acordo com o clima, o horário, a luz e outros fatores como vimos anteriormente. Essas variações também atraem pessoas diferentes. Uma paisagem montanhosa, se oferecida para casais em lua de mel, a melhor imagem é sem dúvida a que passa a impressão de frio, neblina, o que a torna mais aconchegante, romântica. Mas o mesmo local se ofertado para os amantes de esportes radicais e cachoeiras, a imagem deve estar luminosa, transmitir calor, com apelo para aventura. (BOLSON, 2009, p. 04)

A paisagem sempre esteve presente em todas as fases do planeta terra. E com o passar dos anos o homem foi criando conceitos para delimita-la utilizando fatores sociais, econômicos e naturais, como explica Bolson (2009):

A paisagem não passou a existir após o nascimento do homem, ela já estava lá. Mas só quando o homem presta atenção na paisagem é que surge o seu conceito. A paisagem é o que se vê. O real, o vivido, o sentido diferentemente para cada ser humano. Estes elaboram seleções pessoais, julgamentos de valor de acordo com a análise individual da percepção. Essa análise sofre influências sociais, culturais, ambientais, emocionais conforme o tipo de uso da paisagem para cada pessoa. (BOLSON, 2009, p. 01)

Bolson acredita que a paisagem é a principal responsável pelo desenvolvimento do turismo, isso não que ela seja a única responsável da escolha dos turistas para viajar, pois além disso as pessoas fazem viagens de lazer para visitar familiares, amigos ou para ir em busca de tratamentos de saúde isso sem ser necessário o uso da paisagem, pois nesses casos ela não é o foco principal.

O turismo se apropria das paisagens para turistificar o local, buscando primeiramente os potenciais dessa área e as possibilidades de ganhos e perdas das indústrias do turismo.

Ou seja, a paisagem é um instrumento muito importante para o turismo, pois através dela que as pessoas realizam seus ‘sonhos’ que buscam por novas aventuras que estejam longe de seus cotidianos monótonos. Ela influencia os turistas na hora da compra ainda mais com todo o *marketing* realizado pelas agências de viagens.

6 COMO A GEOGRAFIA PODE CONTRIBUIR AO ESTUDO DO TURISMO

6.1 BREVES APONTAMENTOS DO TURISMO NA PERSPECTIVA DE GEOGRÁFOS BRASILEIROS

Becker (2014, p. 55) vai argumentar que “a principal relação entre a Geografia e o Turismo vai se estabelecer no espaço geográfico como alicerce da oferta turística”, esse espaço geográfico é cheio de valores, culturas e patrimônios de valores inestimáveis para o desenvolvimento do turismo.

Há diversas perspectivas sobre o tema turismo entre vários autores. Para Rodrigues “a Geografia do Turismo serve para alimentar e irrigar a reflexão na Geografia” (RODRIGUES, 2001, p. 95), isso porque o turismo interfere no espaço de estudo da geografia o que permite criar novas reflexões acerca das vantagens e desvantagens do mesmo.

Rejowski (1996) destaca que:

“A Geografia é uma das poucas disciplinas em que o Turismo tem sido reconhecido como área de interesse e, como tal, vem sendo estudado sob a denominação de Geografia do Turismo, Geografia Turística, Geografia da Recreação ou Geografia Recreacional”. (REJOWSKI, 1996, p. 19)

Já para Albach (2011) destaca que a atividade turística é fruto do capitalismo e que esta gera impactos positivos e negativos para as áreas de atuação assim como para as relações da população com a comunidade.

Padilha (2018) intensifica o debate dizendo que o turismo altera a parte física e social do local o qual necessita se adequar para a recepção de turistas. Com essas novas viagens turistas trocam experiências positivas socioeconômicas e também culturais, e também negativas ocorrendo uma segregação de parte da população por não conseguir se adequar as propostas para desenvolver o turismo ou para ‘ser’ turista. Nesse processo é possível ver a relação entre o turismo e a geografia, por ele se apossar do espaço geográfico de várias formas e ordens e transformando ele.

Considerando o turismo um fenômeno social, cujo principal objetivo é o consumo do espaço, a partir do deslocamento de um lugar habitual para um espaço eleito como lugar de visitação, percebemos que ele possui uma rela o estreita com a Geografia. (PADILHA, 2018, p. 23)

O fenômeno do turismo (RODRIGUES, 1999 apud PADILHA, 2018) é a atividade que mais cresce no mundo e que utiliza recursos naturais gerando emprego e sendo um fator muito importante para a economia dos países.

Coriolano, Mello e Silva (2005) destacam que existe uma geografia do turismo e que ela se destaca no espaço em que vivemos, sendo que o turismo 'lê' o mundo e o interpreta para que desta forma possa sim entender como funciona o fluxo de turismo.

A geografia, de forma geral, estuda os espaços que o turismo transforma e como essa apropriação ocorreu, além disso ela analisa os impactos gerados no meio ambiente, na população e na infraestrutura local, ou seja, essa análise é mais do que apenas entender é olhar por uma perspectiva mais crítica o que a atividade turística proporciona e porque ela se torna tão importante na atualidade (PADILHA, 2018).

Padilha (2018, p.27) ainda afirma que:

[...] a Geografia e o turismo possuem uma relação direta, visto que a primeira pode nos ajudar a compreender as transformações ocorridas em um determinado lugar quando este se torna um destino turístico. Não só os monumentos, mas as ruas, restaurantes, museus, transportes públicos etc. passam a ser compartilhados pela população local e por turistas e, além disso, toda uma estrutura – que envolve transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento etc. – é criada para receber os visitantes. Assim, o uso e a apropriação dos espaços que são destinos turísticos podem nos apontar para a estreita relação existente entre turismo e Geografia. (PADILHA, 2018, p. 27)

O fenômeno do turismo, como já citado, corresponde ao processo de deslocamento de uma ou mais pessoas para outro local, por um período de no mínimo 24 horas, sendo que nesse sentido há o consumo de produtos locais para a alimentação e local para ficar.

Pode-se perceber a aproximação com a geografia (PADILHA, 2018) em torno do processo de geração de renda e também de empregos, transformações do espaço, segregação socioespacial entre outros, isso sem contar que tanto países desenvolvidos quanto países subdesenvolvidos ficam à mercê dessa atividade.

Nesse sentido, é necessário que a sociedade trate o turismo com atenção e cuidado, procurando estudá-lo por meio de diversos campos do conhecimento, a fim de pensar sobre suas formas de atuação e propor aquelas que sejam mais adequadas para a qualidade de vida local.

As pesquisas sobre o turismo centraram-se, por muito tempo, na enumeração, descrição e classificação dos atrativos e equipamentos turísticos, assim como na constatação empírica das saídas e chegadas de um lugar a outro (PADILHA, 2018, p. 103)

Neste sentido é necessário pensar a atividade turística como forma de desenvolvimento socioespacial, refletindo sobre as atuações da mesma de maneira crítica que remete a uma geografia humana mais complexa e que excede a tradicional forma de tratar o espaço onde

ocorre a prática do turismo. É preciso analisar como o espaço geográfico sofre transformações com a atividade turística.

Na geografia do turismo é possível estabelecer as mais diversas relações entre geografia e turismo, permitindo a interdisciplinaridade nos estudos. Pode haver evidências de categorias de análise geográfica: espaço, paisagem e lugar. Além, do polêmico conceito de região da forma como é utilizado no turismo brasileiro, por exemplo, no Programa de Regionalização do Turismo, não atende as bases de pensamento geográfico por criar regiões que acabam por serem, de fato, territórios, submetidos a uma definição do Estado. (ALBACH, 2011, p. 9)

A geografia contribui para o estudo do turismo nas reflexões realizadas acerca das transformações causadas no meio ambiente assim como na segregação socioespacial, também colabora com o estudo dos conceitos de paisagem, região, território, lugar e redes, nos quais são de fundamental importância para o desenrolar do turismo em uma determinada área.

6.2 A ABORDAGEM CRÍTICA SOBRE O TURISMO

O turismo é um fator que envolve a geografia e seus principais elementos, como: paisagem, território, região, redes geográficas e lugar. Pode-se perceber que o turismo é uma fonte de renda para diversas pessoas e comunidades em geral, mas assim como ele fornece economia local em muitas ocasiões ele provoca a devastação ambiental para a criação de um polo turístico.

Um fator importante a ser levado em consideração, e que já foi muito citado, é a questão da venda da paisagem, em que as pessoas acabam sendo influenciadas a comprar pacotes turísticos com o objetivo de conhecer o local por conta da paisagem vista. O que poucos veem é a devastação social e ambiental que está por trás dessas encantadoras paisagens.

Coelho (2004, p. 1) vai dizer que o turismo ainda está em sua fase de ‘criação’, pois ele está no caminho de uma “formulação de pensamentos”. O turismo utiliza de informações de diversos ramos do conhecimento o que o torna interdisciplinar o que, por sua vez, acaba prejudicando na criação de um conceito sobre o fenômeno do turismo.

O geógrafo Yázigi vai tratar do turismo como uma forma de confinamentos, pois o turista deve seguir determinadas leis estabelecidas dentro do território visitado. Por exemplo, nas Maldivas, o país sofre com grandes problemas econômicos e a religião predominante lá não permite fotos de biquínis, mas como uma das principais fontes de renda do país vem do turismo

o governo acaba permitindo em algumas praias, outro fator a ser levado em consideração é que turistas que tentam ir para lá para levar novas religiões são impedidos de entrar no país.

O confinamento territorial do turismo pode ser entendido como uma extensão contínua de interesses ambientais, equipamentos e serviços, microcosmos, no perímetro dos quais tem de se dar a vida turística – que alguns outros preferem chamar de bolha (YÁZIGI, 2003, p. 54)

Esse confinamento (COELHO, 2004) as regras a serem seguidas, acabam se tornando uma nova ‘organização espacial’ para o turista, isso acaba gerando uma autenticidade ao local visitado e criando uma nova experiência para os visitantes.

Deniz (2011) apud Albach (2011, p. 02) vai relatar que:

[...] o capitalismo é a causa de todos os problemas sociais, espaciais e ambientais; numa economia de mercado, a modernização tecnológica é excludente e antiecológica; ao contrário das empresas, comunidades tradicionais e movimentos sociais são virtuosos; outro mundo é possível. (DENIZ, 2001 apud ALBACH, 2011, p. 02)

Dessa forma, percebe-se que o capitalismo é um dos grandes motivadores e transformadores do turismo. Ele distingue as realidades, fazendo acepção das populações que moram em áreas periféricas, deixando-as isoladas do fluxo turístico da região.

6.3 O TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA COMO POTENCIALIDADE DE PRODUÇÃO DE RENDA, INCLUSÃO SOCIAL E CONSERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO

O turismo de base comunitária traz aspectos importantes para a economia. O turismo comunitário, de acordo com Oliveira (2008, p. 110) apud Mendonça (2004) “[...] é aquele onde a comunidade local possui o poder de propriedade, de posse e de administração dos equipamentos e serviços turísticos estando realmente envolvida e beneficiada”. Ou seja, o turismo comunitário está longe de ser promovido por grandes companhias, a própria comunidade é que rege a administração do turismo em cima da sua propriedade.

Oliveira (2008) diz que as áreas onde ocorre o turismo comunitário é uma utilização do espaço mais sustentável, pois há uma maior conservação da biodiversidade local, pois a própria comunidade busca por fazer a gestão turística desse território.

O mesmo autor ressalta que antes de ocorrer o turismo comunitário é necessário que haja um levantamento do potencial turístico da área selecionada e dessa forma analisar as condições sociais e econômicas da própria comunidade para que se possa ter um desenvolvimento na gestão das atividades turísticas que serão oferecidas assim como o suprimento da demanda da infraestrutura para o atendimento dos turistas.

A utilização desse território natural, para um turismo sustentável, acaba ajudando a comunidade em geral, não apenas na questão ambiental como também na econômica. Duque e Mendes (2009) ressaltam que “o turismo também utiliza, de forma sustentável, o patrimônio cultural e natural; incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas” (DUQUE e MENDES, 2006, p. 9).

Essa utilização do turismo comunitário, segundo Maldonado, faz um convite para as belezas naturais que apresentam aos turistas paisagens culturais e naturais únicas. Esse mesmo autor vai tratar do TRC (Turismo Rural Comunitário) que está voltado para as pequenas viagens, que combinam cultura e meio ambiente sendo que ele vai ao desencontro do turismo convencional, pois não obedecem a uma lógica e o retorno econômico desse tipo de turismo não é imediato.

Segundo Maldonado, a busca das comunidades por novas fontes de renda teve por motivo principal a saída da pobreza, ele ressalta que:

Uma das opções implementadas é a dinamização das atividades não-agrícolas: a pequena agroindústria, o turismo e os ecomercados possuem um potencial ainda não explorado. Sem uma parceria o turismo gerido sob determinadas condições, pode contribuir na revitalização da economia rural, gerando novas fontes emprego e de renda. A valorização do patrimônio ambiental e dos acervos culturais pode significar vantagens competitivas para os negócios comunitários. (MALDONADO, 2009, p.27)

Cada comunidade tem suas próprias regras e administram a sua instituição de forma a se diferenciar de outras comunidades, o principal objetivo dessas comunidades é, de acordo com Maldonado (p. 28) “[...] promover o bem-estar comum e garantir a sobrevivência de seus membros, preservando sua própria identidade cultural”.

O turismo nessas comunidades é baseado no fato de o ser humano e a natureza estarem unificados, pois as pessoas e o meio natural vivem um mesmo destino e que se recria a todo o instante (MALDONADO, 2009, p.30). Ou seja, o turismo de nesse caso não deve subjugar as formas de sobrevivência dessa comunidade, pois fazem parte do processo social, econômico, político e cultural da mesma.

O turismo é uma atividade que provoca danos ao espaço em que ocorre, muitos estudos trazem conteúdos a respeito de ameaças e problemas frequentemente gerados pelo turismo nas mais variadas partes do mundo. Mesmo ele sendo TRC, causa ameaças ao meio natural sendo que a globalização está muito envolvida nesses processos. Isso porque, a globalização, estabelece níveis de exigência que são difíceis de se estabelecerem por pequenos negócios.

As comunidades acabam enfrentando diversos obstáculos e acabam ficando excluídas e discriminadas de recursos de produtos, além de sofrer com problemas de capacitação e de serviços básicos como saúde, rodovias e a infraestrutura.

Mas, as comunidades acabam sendo beneficiadas também por conseguirem ser as administradoras do turismo, com a parceria que fazem com empresas privadas e com agências de viagens, por poderem usufruir dos recursos gerados pelo turismo e do aumento de vagas de emprego. “Tais exigências parecem em total contradição com a oferta do turismo de massa que privilegia o lucro imediato e a grande escala, destruindo assim a qualidade relativa dos sítios turísticos” (ZAOUAL, 2009, p.57)

A qualidade do turismo também se tornou mais voltada para a cultura e o meio ambiente, isso acaba aumentando o fluxo de turistas que buscam por mais profundidade intelectual e um melhor ‘relacionamento’ com a natureza. O TRC trata de um turismo, cultural, natural e histórico da própria comunidade, assim como dos saberes que muitas vezes são ignorados em grandes circuitos de massa.

A proximidade, a profundidade do intercâmbio cultural e intercultural, as novas percepções da natureza e das paisagens exprimem uma necessidade profunda de se situar em um mundo anônimo e dominado pela técnica e uma economia mutáveis e alienantes. (ZAOUAL, 2009, p 69-70)

O aumento considerável do turismo de TRC, proporcionou as comunidades melhores condições de vida, pois elas ficaram mais suscetíveis aos fortalecimentos das políticas públicas sociais implantadas na comunidade.

Dessa forma o turismo de base comunitária é fundamental para a ajuda econômica das comunidades, pois gera renda e empregos para as populações e influenciam mudanças nos posicionamentos de políticas públicas que auxiliem mais a comunidade na dispersão do turismo.

7 CONCLUSÃO

A breve história do turismo apresenta o surgimento do mesmo e como ele se desenrolou com o passar dos anos, como eram feitas as políticas públicas voltadas para a infraestrutura dos locais para receber os turistas. Outro fator a ser considerado é a questão das políticas públicas atuais, pois há pouco investimento em alguns setores para a recepção de turistas o que acaba por diminuir o número de visitantes.

O turismo de aventura e o ecoturismo podem ser trabalhados como um turismo alternativo, nos quais não agredem tanto o meio ambiente e que o mantem o mais próximo possível do original.

Percebe-se que a geografia é de fundamental importância para o estudo do fenômeno do turismo. Ela é a ‘base’ que o turismo necessita para o desenvolvimento das suas atividades, assim como é por meio dessa disciplina que se pode verificar as transformações que o espaço geográfico enfrenta para a geração de renda para megaempresas ou comunidades.

A paisagem é vista pelas pessoas como um sonho de consumo, as pessoas se planejam durante muito tempo para visitar determinado local por conta de uma postagem ou de uma imagem que passou na televisão, isso tudo para realizar o desejo de conhecer um determinado local. Mas o que o turista não vê é a segregação socioespacial que ocorre por trás dessas lindas paisagens.

Outro fator a se destacar é a questão da comercialização dos elementos geográficos pelo turismo, como é o caso da paisagem, colocando-a em uma categoria de simples ‘mercadoria’.

O turismo se apropria de informações de diversos ramos do conhecimento, incluindo a geografia, a qual faz suas maiores críticas e reflexões acerca da transformação dos locais pelo turismo.

8 REFERENCIAS

- ALBACH, V.M. **O Turismo na Geografia: entre críticas e conceitos.** Anais do VIII Seminário da ANPTUR. Balneário Camboriú, 2011.
- ALMEIDA, R. A.; GUERREIRO, A. L.; FIORI, S. R (Coord.). **Geografia e Cartografia para o Turismo.** São Paulo: IPSIS, 2007.
- BARBOSA, E. F. F. M. **Turismo: a percepção de quem lê e vê a paisagem.** Geografia, v. 35, nº 2, p. 359-368, Rio Claro, 2010.
- BAZOTTI, L. Cronologia do Turismo de Aventura no Estado do Rio Grande do Sul. **Anais do Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul,** Caxias do Sul, vol. VII, nov. 2012.
- BARTHOLO, Roberto; SAN SOLO, Davis; BURSZTYN, Ivan (orgs.). Turismo para quem? In: **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências.** Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.
- BECKER, E. L. S. **Geografia e Turismo: uma introdução ao estudo de suas relações.** Revista Rosa dos Ventos, nº 6, p: 52-65, 2014.
- BOLSON, J. H. G. **A importância da paisagem na atividade turística.** In: Revista de Turismo, jun. 2009.
- BOSISIO, A (Coord.). **Breve história do turismo e da hotelaria.** Rio De Janeiro: Confederação Nacional Do Comércio/Conselho De Turismo, 2005.
- BRASIL. **Diretrizes para uma política nacional de ecoturismo.** BARROS, M. S.; PENHA, L. H. D. (Coord.). Brasília: EMBRATUR e MICT/MMA, 1994.
- CÉSAR, P. A. B.; STIGLIANO, B. V.; RAIMUNDO, S.; NUCCI, J.C. (Coord.). **Ecoturismo.** São Paulo: IPSIS, 2007.
- Coelho, C. N. **Não-Lugares – uma leitura crítica sob a ótica do turismo.** Anais do II Seminário de Turismo do Mercosul, Caxias do Sul, 2004.
- CORIOLOANO, L. N. M.; MELLO E SILVA, S. C. B. **Turismo e Geografia: abordagens críticas.** Fortaleza: Ed.UECE, 2005
- CORIOLOANO, L. N. M. T.; MORAIS, E. O. **Desvendando caminhos do turismo de 2001 aventura no Brasil.** Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR, Penedo, v. 1, n. 2, p. 3- 11, 2011.
- CORREIA, C. B. S. **Evolução do Ecoturismo no Brasil: de 1993 a 2003.** Trabalho de Conclusão de Curso de especialização, Universidade de Brasília, maio de 2003.
- Duque, R. C.; MENDES, C. L. **O planejamento turístico e a Cartografia.** Campinas: Alínea, 2006.
- MACHADO, Flávia, Carvalho. **Casas de Pasto: presença na Proto-História do Turismo no Rio Grande do Sul.** Revista Rosa dos Ventos, p. 307-320, abr.-jun. 2014.
- MACHADO, Jucilane, Pedrosa. **História aplicada ao turismo: Curso Técnico em Hospedagem.** Centro de Educação Tecnológica do Amazonas. Manaus, 2010.

- MALDONADO, Carlos. O turismo Rural comunitário na América Latina. In: ____ BARTHOLO, Roberto; SANSOLO, Davis; BURSZTYN, Ivan (orgs.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem. 2009.
- MARUJO, Noémi e SANTOS, Norberto. **Turismo, Turistas e Paisagem**. Investigaciones Turísticas, nº4, Universidad de Alicante, 2012.
- MAXIMIANO, L. A. **Considerações sobre o conceito de paisagem**. RAEGA. Ed. UFPR, nº 8, p. 83-91, 2004.
- MIGRAGES, V. R.; SOUZA, L. B. **Ensaio sobre a paisagem e o turismo: uma viagem além das disciplinas**. Revista Geografia (Londrina), v. 21, n. 1, p. 37-63, jan./abr. 2012.
- Mota, A. M. G., Ferreira, A. C. V. V., Wada, E. K., & Santos, M. F. **Turismo de aventura acessível**. Podium Sport, Leisure and Tourism Review, 2014.
- OLIVEIRA, C. A. F. **Diagnóstico para o desenvolvimento do Ecorutismo de base comunitária no complexo estuarino do Cassurubá (Bahia-Brasil)**. Revista Técnica Científica, CEPENE, Tamandaré, v. 16, n. 1, p.109-125, 2008.
- PADILHA, M. N. **Geografia do Turismo**. Fundação CECIERJ, volume único, Rio de Janeiro, 2018.
- PEREIRA, A. J.; SILVA, T. L. **Paisagem e potencial turístico**. Revista Tocantins de Geografia, v. 10, nº 20. Jan/Abr, p. 137-151, 2021.
- PINTO, D. **Os desafios metodológicos para uma abordagem científica do Turismo: O inventário turístico**. (Dissertação). Universidade Caxias do Sul. Caxias do Sul. 2007.
- REJOWSKI, M. **Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional x situação brasileira**. Campinas-SP: Papirus, 1996.
- RODRIGUES, A. B. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. 3ª ed. São Paulo: Hucitec, 2001.
- SANTOS, M. **Entrevista com o professor Milton Santos**. Revista Caros Amigos. São Paulo, n.17, ago. 1998.
- SANTOS, M. **A natureza do espaço**. Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 2002.
- SILVA, O e KEMP, S. (2008). **A Evolução Histórica do Turismo: Da Antiguidade Clássica a Revolução Industrial – Século XVIII**. Revista Científica Eletrônica de Turismo, Ano V. Nº 9, junho de 2008.
- TOMÉ, Luciana Mota. **Setor de Turismo: impactos da pandemia**. Caderno Setorial ETENE, ano 5, nº 124, ago. 2020.
- YÁZIGI, Eduardo. **Turismo uma Esperança condicional**. São Paulo: Global, 2003.
- ZAOUAL, Hassan. Do turismo de massa ao turismo situado. In: ____ BARTHOLO, Roberto; SANSOLO, Davis; BURSZTYN, Ivan (orgs.). **Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem. 2009.