

A PRAIA COMO OBJETO DE UMA
ABORDAGEM GEOGRÁFICA DO
FENÔMENO TURÍSTICO: NOTAS
INTRODUTÓRIAS

THE BEACH AS THE SUBJECT OF A
GEOGRAPHICAL APPROACH TO THE TOURISTIC
PHENOMENON: INTRODUCTORY NOTES

Willame de Oliveira Ribeiro
Faculdade Ipiranga
Universidade do Estado do Pará - UEPA

Resumo

O turismo consiste num fenômeno social de natureza complexa e de rebatimentos nas mais diversas esferas da vida social, demandando, assim, o tratamento das diversas ciências dedicadas ao estudo da sociedade, entre as quais a geografia, cujo papel, nesse campo específico, seria o de compreender a dimensão espacial e territorial das práticas turísticas nos diversos espaços em que estas se manifestam. O presente artigo centra sua análise em um dos principais espaços turísticos, a praia, e tem como objetivos fornecer alguns elementos ao entendimento da forma como se deu o surgimento e a consolidação do turismo; promover uma discussão conceitual e a estruturação de alguns elementos básicos para a definição do fenômeno; e utilizar-se do caso da praia para evidenciar as possibilidades de análise, pela geografia, da dimensão espacial do turismo e de seus rebatimentos territoriais.

Palavras-chave: Turismo. Geografia. Praia.

Abstract

Tourism consists in a social phenomenon of complex nature that reflects upon several areas of social life, demanding, therefore, the handling of the multiple sciences dedicated to the study of society, including geography, which is, in this specific area, charged with the understanding of the spatial and territorial dimensions of touristic practices within the several spaces in which they are manifested. This article centers its analysis in one of the major touristic spaces, the beach, and aims to offer a few elements to the understanding of how tourism came to be and how it was consolidated; to provide a conceptual discussion and the structure of basic elements necessary to defining the phenomenon; and to use the subject of the beach to demonstrate the possibilities of analysis, by geography, of the spatial dimension of tourism and its territorial reflections.

Keywords: Tourism. Geography. Beach.

Introdução

O turismo alcançou com a emergência do mundo globalizado um considerável destaque, tanto na composição da vida social, com a relevância adquirida pela viagem, até mesmo na conferência de status ao grupo ou indivíduo que a pratica; quanto no rendimento econômico resultante da sua realização. O turismo passou a ser elemento central na dinâmica mundial, pois consiste num dos principais fluxos a promoverem a integração do mundo através das redes e, portanto, a compor a própria natureza do mundo globalizado. Diante da notável relevância adquirida pelo turismo na atualidade, cria-se uma urgente demanda pela interpretação do fenômeno nos mais diversos campos da ciência. As reflexões que se seguem pretendem contribuir com o debate atual referente a essa problemática a partir de um olhar geográfico que, ao materializar as interpretações no espaço da praia, historicamente um dos principais espaços turísticos, possibilita o desenvolvimento de uma análise da dinâmica territorial constituída pelo turismo nos espaços em que se instala.

Surgimento e expansão do fenômeno turístico

A realização de viagens com vistas ao lazer já existia, como destaca Urry (1996), antes da emergência das sociedades modernas, no entanto, quase sempre se conformando enquanto um privilégio das elites: “Na Roma Imperial, por exemplo, existia para a elite um padrão bastante amplo de viagens voltadas para o prazer e para a cultura” (p. 19). De acordo com Andrade (1995) o turismo de praia possui os melhores registros de antiguidade, pois “[...] ainda hoje, existem alguns mosaicos romanos anteriores à era cristã com desenhos de pessoas em trajes sumários, brincando e jogando bola numa praia” (p. 64). Apesar dessa prática se encontrar muito mais relacionada aos nobres e aos abastados homens públicos, para os quais Roma possuía balneários de grande requinte, Andrade (1995) reconhece a existência, em menor escala, de balneários com menos ostentação à disposição da população em geral.

Contudo, a disseminação e o fortalecimento do turismo se apresentam de forma indissociável da emergência da modernidade e de todas as

transformações por ela acarretadas, possuindo, desse modo, uma estruturação progressiva que pode ser esclarecida a partir do estabelecimento de alguns marcos. O primeiro deles é representado pela realização de viagens por filhos de aristocratas nos séculos XV, XVI e XVII com a finalidade de complementar os estudos, o denominado *grand-tour*. Outro marco se refere à primeira viagem organizada, ocorrida no século XIX, mais precisamente no ano de 1841, quando Thomas Cook organizou uma viagem ferroviária entre as cidades de Leicester e Loughborough, na Inglaterra, para participar de um congresso sobre alcoolismo (LAGE; MILONE, 1991), sendo este o momento da introdução de importantes inovações na prática turística, como a operadora, o guia, a reserva de hotéis e o roteiro turístico.

O advento da modernidade, segundo Figueiredo (1999, p. 88), traz consigo dois elementos cujas repercussões vão se dar de forma direta e evidente sobre o turismo nascente, possuindo, assim, relevância marcante na conformação do fenômeno turístico da forma como se apresenta na atualidade. O primeiro elemento consiste no grandioso avanço técnico ocorrido principalmente a partir do século XIX (inovações ligadas à invenção da máquina a vapor), com repercussões em campos como dos transportes e das comunicações, facilitando enormemente os deslocamentos entre regiões e países; o segundo diz respeito à mudança de mentalidade acarretada pelos tempos modernos, o que ocasiona a conversão da viagem, que antes era considerada um fardo, uma prática realizada apenas diante de extrema necessidade, em uma prática prazerosa, uma forma de se buscar felicidade. Essa drástica mudança de mentalidade é muito bem ilustrada por Corbin (1989) ao retratar as metamorfoses ocorridas no imaginário ocidental, referentes ao modo de ver o espaço da praia, que passa da repulsão à admiração por volta dos séculos XVIII e XIX:

A época clássica, com raras exceções, ignora o encanto das praias de mar, a emoção do banhista que enfrenta as ondas, os prazeres da vilegiatura marítima. Uma capa de imagens repulsivas impede a emergência do desejo de beira-mar. A cegueira e o horror integram-se em um sistema global de apreciação das paisagens naturais, dos fenômenos meteorológicos e das impressões cenestésicas cuja configuração se esboça pouco a pouco a

partir da renascença. Compreender a gênese das leituras e das práticas novas da paisagem litorânea que opera por volta de 1750, implica perceber previamente a coerência do feixe de representações que funda a repulsa. (CORBIN, 1989, p. 11)

Outro ponto que não pode deixar de ser ressaltado diz respeito à inegável associação entre a emergência das práticas turísticas e o surgimento e consolidação da sociedade capitalista, tanto no que se refere às citadas mudanças de mentalidade e aprimoramento tecnológico, quanto no que concerne à estruturação da indústria e seus respectivos rebatimentos no mundo do trabalho. Neste sentido, conforme Ouriques (2005), durante a primeira metade do século XIX se estabeleceram vários mecanismos com o objetivo de desarticular as formas populares de lazer (como as reuniões de fim de semana) estando esse fato ligado à busca de disciplinarização do ócio dos trabalhadores pela classe burguesa, alcançado mediante o aumento do tempo de trabalho, a redução dos feriados e festividades, e a inserção de modificações no uso do espaço público, como a rua.

Paralelamente, no século XIX, dava-se a expansão do turismo, que se apresentava fortemente vinculado aos detentores de alto poder aquisitivo, pois muito vinculado às inovações como a estrada de ferro, o barco a vapor e a rapidez das comunicações postais, mas já existiam, segundo Hobsbawm (2000), além do que se denomina turismo e viagens de verão para a burguesia, pequenas excursões mecanizadas para as massas em alguns países da Europa, como reflexo da criação do fim de semana em substituição à Santa Segunda.

Já no século XX as conquistas das classes trabalhadoras no sentido do abrandamento das condições de trabalho constituídas no século XIX vão resultar, de acordo com Rodrigues (1997), numa grandiosa aceleração dos fluxos turísticos. As melhorias estavam imersas no advento do chamado Estado do bem-estar social, que se estruturou nos Estados Unidos e na Europa a partir da década de 1930, quando os movimentos de classes trabalhadoras conquistaram um tempo livre subsequentemente cada vez maior e, por conseguinte, férias remuneradas e salários fixos. Esse tempo “ocioso” passou a ser ocupado por meio da ampliação do acesso dos trabalhadores à atividade de lazer, cultura e turismo. Neste momento, surgem as agências de viagem dando forma ao

denominado turismo de massa, cuja vinculação era principalmente com a promoção das praias como espaços turísticos.

A busca por preencher o tempo “ocioso” através das opções de viagens das agências é reforçada com o aumento gradativo da renda familiar, proporcionada pelo engajamento do sexo feminino no mercado de trabalho e por sua “emancipação via revolução sexual” que o tornou mais independente e livre para viajar. Outros fatores como a elevação considerável do padrão de vida das sociedades no âmbito global, expressando-se também pela maior longevidade etária; e a melhor formação intelectual, o que permitiu maior integração entre os povos e o aumento da curiosidade de conhecer outras culturas; contribuíram decisivamente ao despertar de interesse pela viagem e pelo turismo (RODRIGUES, 1997).

O conceito de turismo: entre o Pragmatismo e a cientificidade

Apesar da relevância alcançada anteriormente pelo turismo é após a segunda guerra mundial e, mais precisamente, a partir da década de 1960 que este adquire o significado e a dimensão apresentados na atualidade, com importância primordial nos fluxos econômicos mundiais e envolvendo milhões de pessoas, despertando, com grande ênfase, a partir de então, o interesse científico. No entanto, este interesse vem acompanhado de uma grande confusão conceitual, que pode, em grande medida, ser demonstrada através das considerações do turismo ora como atividade econômica ora como uma prática social.

A importância econômica adquirida pelo fenômeno turístico é responsável por importantes teorizações em torno deste enquanto uma atividade produtiva criando, inclusive, a necessidade de organizações formais em nível internacional como a OMT – Organização Mundial do Turismo; porém estas concepções acabam por promover uma grande restrição da real dimensão do turismo, que, nas palavras de Figueiredo (1999, p. 95), “[...] é hoje muito mais do que uma atividade econômica, é, sim, um fenômeno social [...]”, no qual a economia é apenas uma das dimensões envolvidas da realidade social, havendo muitas outras, como a cultural, a espacial e a política. Rodrigues (1999, p. 18) após questionar-se sobre o que seria o turismo além de um fluxo de pessoas e de uma atividade econômica, afirma que

este consiste num complexo fenômeno “[...] designado por distintas expressões: uma instituição social, uma prática social, uma frente pioneira, um processo civilizatório, um sistema de valores, um estilo de vida – um produtor, organizador e consumidor de espaços – uma ‘indústria’, um comércio, uma rede imbricada e aprimorada de serviços”.

Apesar da amplitude dessa concepção a mesma autora, em outra obra, considera como elementos do espaço turístico: oferta turística, demanda, serviços, transportes, infraestrutura, poder de decisão e informação, sistema de promoção e comercialização (RODRIGUES, 1997), estruturando uma visão do fenômeno turístico fortemente moldada por uma postura economista e reducionista. Essa contradição é expressa em obras de diversos autores que se dedicam à temática do turismo na atualidade ao ressaltarem a necessidade de compreensão do turismo enquanto uma prática ou um fenômeno social, mas procedendo em análises relativas apenas a aspectos de ordem econômica.

Rodrigues (1998, p. 86) expressa a ênfase da proposta de Françoise Perron, no Workshop Paris-98, a respeito da necessidade de se abordar “[...] o fenômeno do turismo como uma prática social, uma vez que incide em todos os setores da vida coletiva – nas instituições, nas empresas, nas mentalidades, na identidade, e até no ideário coletivo”. De acordo com Knafo (1999), apesar de existirem outras fontes de turistificação dos lugares e dos espaços, como o mercado e os planejadores e promotores territoriais, são os turistas que estão na origem do turismo, representando estes a primeira fonte de turistificação, “[...] não são pois produtos que estão na origem desse processo, mas sim práticas” (p. 70).

A formatação de um entendimento conceitual do turismo que leve em conta sua real amplitude enquanto fenômeno social e sua impossibilidade de restrição a um único campo científico é dificultada pelo imperativo de abordagens de forte conteúdo pragmático, cujos efeitos econômicos nos núcleos receptores (e não o interesse teórico e metodológico na apreensão do fenômeno) constituem seu fim. Segundo Knafo (Ibidem, p. 69) o domínio da pesquisa no campo do turismo por interesses econômicos concorre para:

[...] ver neste fenômeno somente sua face mercante e governada pela empresa turística (viajeiras, operadores

de turismo, transportadora hoteleiros, donos de restaurantes etc.). Isto se traduz, em muitas pesquisas sobre o turismo, no acento colocado sobre os fluxos econômicos (as pousadas, as saídas, as recaídas econômicas, diretas e indiretas etc.) e sobre a hospedagem. Certamente, todas essas coisas são interessantes, mesmo indispensáveis, mas não resumem uma reflexão sobre o fenômeno e a natureza ainda mal conhecida do que seja o turismo. Certos estudos chegam mesmo a ignorar completamente os turistas e suas práticas.

É neste sentido que a Organização Mundial do Turismo (OMT) entende o turismo como um conjunto de atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e permanências em lugares distintos de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo, inferior a um ano, com fins de ócio, negócio e outros (OMT, 1998). Essa viagem não pode, da mesma forma, ter uma duração inferior a vinte e quatro horas, pois o elemento pernoite, assim estabelecido, possui uma importância primordial do ponto de vista econômico, já que a sua existência justifica a instalação de equipamentos como hotéis, pensões e pousadas.

Desse modo, evidencia-se o comprometimento dos postulados da OMT e dos autores ligados a essa forma de abordar o turismo com o estabelecimento de parâmetros e estatísticas relacionadas a questões de demanda, de mercado, enfim, atreladas à promoção econômica do turismo, sendo assim, a utilização desses conceitos demonstram-se inadequados quando os objetivos da pesquisa se voltam para a compreensão científica do fenômeno em suas diversas dimensões, incluindo, por exemplo, questões referentes à subjetividade dos indivíduos, como as interações entre culturas diversas, as trocas de experiências entre os diferentes, a realização de sonhos e a busca de emoções fortes. Visando abarcar toda essa amplitude exposta pelo fenômeno turístico, De La Torre (1994, s/p) constrói a seguinte conceituação:

O turismo é um fenômeno social, que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa

nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Esse amplo conceito tem o mérito de abranger grande parte das inter-relações criadas pelo turismo (faltando, todavia, a importância devida à dimensão espacial), de não ter como preocupação central a mensuração e a quantificação, não estabelecendo, portanto, limites rígidos de tempo e deslocamento; e de considerar o turismo como um fenômeno de caráter humano, pois, como ressalta Moesch (2000), são os homens que se deslocam e não as mercadorias.

Urry (1996, p. 17-18) em sua abordagem do turismo enfatiza a variação do olhar do turista, tanto numa perspectiva histórica quanto sociológica, o que impõe dificuldades a uma definição única; no entanto, segundo o autor, “[...] existem algumas características mínimas das práticas sociais que, por uma questão de conveniência, são descritas como ‘turismo’[...]”, cuja relevância estaria na fundamentação de análises posteriores mais sensíveis. Essas características seriam: a conformação do turismo enquanto uma atividade de lazer em oposição a um trabalho regulamentado; deslocamento das pessoas através do espaço (viagem) e um período de permanência em um outro lugar (fora dos lugares de residência e trabalho); motivações não diretamente ligadas ao trabalho remunerado; expectativas, através de devaneios e fantasias, em relação a prazeres intensos; olhar direcionado a aspectos da paisagem do campo ou da cidade que o separe da experiência cotidiana; olhar construído através de signos.

Figueiredo (1999) considera dispensável a fixação de uma distância mínima entre a residência e a destinação, assim como, um tempo mínimo de permanência do turista, com vistas à caracterização da prática, uma vez que esta se diferenciaria de deslocamentos como a migração, por ser dotada de uma intenção de retorno, por envolver um grande número de agentes e, principalmente, pela auto-significação do turista. A ocorrência do fenômeno turístico pressuporia, assim, quatro constantes:

Primeiramente, o deslocamento espacial – sem deslocamento não há viagem e, por conseguinte, não há turismo; depois, a intencionalidade de retorno, pois se a intenção for fixar residência, não caracteriza o turismo; temos ainda o desencadeamento de relações e operações eco-

nômicas e sociais, ou seja, a organização da viagem e seus efeitos (diferenciando-o de um simples deslocamento diário ao trabalho, por exemplo); e, por fim, as diferentes motivações para esse comportamento, mas que tem o lazer como essência. (FIGUEIREDO, 1999, p. 96)

Dessa forma, considera-se que elementos como o deslocamento no espaço (a viagem) resultando na saída do espaço cotidiano, do lugar; a intenção de retorno e a prática do lazer como finalidade são elementos essenciais numa conceitualização de turismo. O estabelecimento desses parâmetros gerais se coloca como requisitos à compreensão da natureza do fenômeno turístico, no entanto, ao se proceder numa delimitação quantitativa do tempo de estadia e do deslocamento no espaço, da forma como é defendida pela OMT e por abordagens afins, passa-se a considerar como não turísticos fluxos que possuem todas as características citadas, como o excursionismo, não considerado por muitos uma prática turística por ser realizado em menos de vinte e quatro horas.

No mesmo sentido, a definição de uma determinada distância a ser percorrida como condição à configuração da prática turística se apresenta bastante problemática, assim como a constatação de que um sujeito não pode fazer turismo no seu próprio município, pois a prática turística se caracteriza pela saída do espaço cotidiano, do lugar, que, de acordo com Tuan (1980), se conforma como um espaço dotado de valor, um mundo de significados. No mesmo sentido Souza (1997a, p. 29) considera que “[...] um *lugar* não se distingue de outros apenas por suas particularidades objetivas, que podem até não ser significativas, mas por ser vivenciado [...] por um grupo específico”. Essa saída desse espaço de vivência, do lugar (que não possui uma delimitação precisa e passível de mensuração) pode ser considerada uma condição à ocorrência da prática turística, já que esta tem como uma de suas principais características a fuga da realidade vivida diariamente e a busca pelo diferente.

Da repulsa ao desejo: o processo de valorização da praia enquanto espaço turístico

As práticas turísticas, assim conceituadas, possuem uma natureza extremamente complexa, sendo caracterizadas por rebatimentos nas mais

diversas esferas da realidade social dos espaços envolvidos por sua dinâmica; desse modo, sua compreensão não pode ser alcançada a partir dos esforços de um único ramo do conhecimento. Neste sentido, Moesch (2000) destaca que sendo o turismo um fenômeno cujo epicentro é de caráter humano interessa às diversas ciências dedicadas ao objeto sociedade: “[...] interessa à economia, à sociologia por seus aspectos sociais, à geografia por seu conteúdo espacial, à psicologia pelo comportamento individual, social e de grupo do turista e pela investigação motivacional que lhe é complexa” (p. 12-13).

Tendo em vista essa natureza interdisciplinar do fenômeno turístico e a tendência cada vez mais forte de rompimento dos limites rígidos entre as ciências sociais, e até mesmo entre essas e as ciências naturais, Rodrigues (1998, p. 76) afirma não ter sentido “[...] defender os estudos do fenômeno do turismo em geografia sob o rótulo de *geografia do turismo* [...]”. Dessa forma, o desafio colocado à geografia consiste muito mais na constituição de uma abordagem geográfica que contribua para a compreensão do turismo enquanto fenômeno social, do que a construção de mais um campo disciplinar rigidamente delimitado. A importância dessa perspectiva geográfica pode ser confirmada ao se analisar o espaço da praia sob a ação das práticas turísticas e os rebaixamentos territoriais dessa inter-relação.

A grande atração de fluxos turísticos exercida pela praia na atualidade condiciona-se à atribuição a esta de características positivas, no entanto, esta visão desse espaço se estabeleceu apenas muito recentemente. Até por volta do final do século XVIII imperava uma imagem repulsiva em relação ao mar e à praia, fundamentada, em grande parte, nos postulados dos textos bíblicos, como expõe Corbin (1989, p. 11), “[...] os relatos da criação e do dilúvio tingem-se de traços específicos do imaginário coletivo. O gênese impõe a visão do ‘Grande Abismo’, lugar de mistérios insondáveis, massa líquida sem pontos de referência [...]”.

No Jardim do Éden para todos os efeitos não existia mar, que em sua incompreensível extensão era, em si, terrível. Além disso, era bastante arraigada a ideia do litoral como receptáculo dos excrementos do mar; “[...] é ao longo da praia que este se expurga e expelle seus monstros” (Id., *ibid.*, p. 23). Segundo Corbin “o oceano caótico, avesso desordenado do mundo, morada dos monstros,

agitado por poderes demoníacos, apresenta-se como uma das figuras insistentes da desrazão; a violência imprevisível de suas tempestades hibernais atesta sua demência” (Id. *ibid.*, p. 17).

Estas imagens repulsivas em relação ao mar e as praias antecedem a materialização do desejo por esses espaços e esta conversão não se dá de forma abrupta. Desde o século XVII podem ser notados os indícios da conformação da nova visão, concorrendo para isso os avanços na oceanografia e o enfraquecimento da imagem de satã na mentalidade ocidental. Neste período ocorre a desconstrução da imagem do “[...] Deus terrível, liberador das cataratas do céu, para a do Soberano tranquilizador, que soube encadear o oceano e lhe impor limites” (CORBIN, 1989, p. 37). No entanto, é entre o final do século XVIII e o início do século XIX que o imaginário coletivo do desejo em relação à praia e ao mar vão se configurar.

É então que as margens do oceano surgirão como a alternativa aos males da civilização [...] Lá se manifestam as sublimes belezas do oceano setentrional e o patético de suas tempestades. Lá, melhor do que em qualquer lugar, o indivíduo pode desde então confrontar-se com os elementos, deliciar-se com o clamor da água, ou sua transparência (Id., *ibid.*, p. 65).

Após a superação da imagem repulsiva da praia um outro uso se instalou no século XVIII como antecedente do amplo uso para o lazer - o uso do mar para fins medicinais. De acordo com Urry (1996) os banhos eram realizados com grande intensidade no inverno, já que o objetivo era a obtenção dos benefícios que as propriedades medicinais do mar poderiam ocasionar, sendo assim, esse banho era caracterizado basicamente pela imersão e não pela prática de nadar. No século XIX o uso da praia para fins de lazer torna-se cada vez mais forte; inicialmente se restringia, em grande medida, aos grupos elitistas, detentores de maiores recursos financeiros para a prática da viagem, porém, na segunda metade do século XIX, com o desenvolvimento da viagem de massa por trem, e, posteriormente, já no século XX, com o automóvel e o trem, a prática do lazer nas praias (o turismo) foi ganhando um alcance cada vez mais amplo na sociedade.

No Brasil, o processo de valorização das praias se deu de forma bastante semelhante ao ocorrido no restante do mundo, principalmente

na Europa, no entanto, contando com um certo atraso, pois, segundo Gomes (2002, p. 218), “por volta do século XIX, as temperaturas altas, a maresia e a proximidade às praias ainda eram vistas, em geral, como características negativas”. No entanto, a partir do início do século XX essa imagem da praia começou a ser reordenada sob a inspiração dos balneários franceses: “recomendado pelos médicos, esse espaço também passou a ser visto como uma área de lazer, de práticas esportivas e saudáveis ou simplesmente como possibilidade de um contato direto com a natureza” (Id., *ibid.*, p. 219).

A partir da década de 1950 ocorreu uma grande intensificação das viagens turísticas destinadas ao uso da praia, dando concretude à chamada massificação do modelo sol e praia, que tinha, segundo Leony (1997, p. 53), como os seus mais significativos representantes as praias de Punta del Leste, na Argentina e as praias da costa dos Estados Unidos. É exatamente essa intensificação das práticas turísticas e os reflexos da sua ocorrência que justificam o crescente interesse científico com relação ao fenômeno turístico, especialmente, o turismo de praia. Interessada nas repercussões espaciais advindas do processo de criação de espaços turísticos e nas estratégias de controle territorial imersas nessa dinâmica, a geografia é uma das ciências que passa com grande força a se preocupar com questões relativas ao turismo.

O espaço turístico da praia: por uma abordagem geográfica

De acordo com Santos (1999) o espaço consiste em um conjunto de sistemas de objetos cada vez mais artificiais, dinamizados por sistemas de ações igualmente artificiais, e cada vez mais tendentes a fins estranhos ao lugar e aos seus habitantes. Cabe ressaltar que os sistemas de objetos e os sistemas de ações só podem ser compreendidos se não forem considerados isoladamente, ou seja, só podem ser apreendidos se considerados enquanto formadores de uma totalidade – o espaço – já que vivem em uma interação constante, onde os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações e, de outro lado, o sistema de ações leva à criação de objetos novos ou se realiza sobre objetos preexistentes, conferindo a partir dessa interação a dinamicidade característica do espaço.

Com base nesse postulado o espaço da praia pode ser definido como um conjunto indissociável de sistemas de objetos, tanto “naturais” (água, areia, vegetação) quanto culturais (calçadas, praças, estacionamentos, bares, casas de veraneio, hotéis, quadras de esportes); e de sistemas de ações, fortemente ligados à atividade turística, sejam inerentes aos próprios fluxos turísticos, sejam representados pelos agentes locais interessados no seu desempenho econômico.

A despeito do demasiado peso dos aspectos econômicos em sua concepção de turismo, o que reflete a sua conceituação enquanto atividade econômica, Rodrigues (1997) apresenta uma relevante abordagem do espaço turístico, onde os centros emissores, os de deslocamento (os transportes) e os receptores (a oferta turística) consistem nos fixos que compõem o sistema de objetos do turismo, fixos, porém não estáticos; a comercialização, a demanda, o poder de decisão, a informação seriam os fluxos do sistema de ações do turismo. Dessa forma, postos, lojas, hotéis hospitalares, etc. estabelecidos ao longo de estradas que levam a lugares turísticos são fixos, edificadas nos trechos dos fluxos. Os sistemas turísticos fazem parte de uma só totalidade, que como tal expressam funcionalidades, formas (paisagem), estruturas e processos (SANTOS, 1985).

O processo de estruturação dos espaços turísticos expressa a dependência mútua entre as partes do todo, estabelecendo as relações que envolvem os diversos elementos desse espaço, demonstrando o dinamismo espacial presente, e identificando as redes de relação. Por isso ela envolve tanto as infraestruturas que compõem a paisagem, ou seja, as formas; quanto a superestrutura que normatiza e legitima, ou seja, a função. Essa abordagem tem a pretensão de abarcar, desse modo, a totalidade, que se supõe um movimento comum da estrutura, da função e da forma, num processo dialético e concreto, dos elementos componentes do espaço do turismo.

Entre os méritos dessa concepção de espaço turístico desenvolvido por Rodrigues (1997), com base na obra de Milton Santos, está a consideração dos sistemas de ações sem restringi-los ao espaço imediato, pois a dinâmica turística fornece um exemplo perspicaz da cada vez maior importância dos interesses externos ao lugar, o que pode ser demonstrado, no caso da praia, pelas redes nacionais e internacionais de restaurantes, de hotéis, etc. Souza (1997b) ao tratar das possi-

bilidades de intervenção do turismo na esfera social e espacial, tanto em seus aspectos positivos quanto negativos, propõe como procedimento metodológico a consideração de três grupos de indivíduos: a população da área de origem dos turistas, os próprios turistas e a população da área de destino dos turistas. A tomada desses três elementos pauta-se na compreensão da impossibilidade de se entender o espaço turístico apenas por seu espaço imediato, as áreas de destino.

Desse modo, um rigoroso estudo do espaço da praia, cuja característica é de um espaço de atração de turistas, um espaço receptor, local onde se dá a materialização das práticas, deve, necessariamente, levar em considerações os sistemas de ações externos ao lugar, tanto aqueles ligados à natureza do fluxo turístico, como os relacionados aos serviços prestados no local por agentes econômicos nacionais e internacionais.

O espaço, na visão de Santos (1996), apresenta-se como um fato, um fator e uma instância social, pois ao mesmo tempo em que se define pelo conjunto também o define; é a um só tempo produtor e produto, determinante e determinado, e, ao mesmo tempo em que alcança significação, confere às coisas. Sendo assim, a compreensão de qualquer processo social não pode prescindir da consideração de sua dimensão espacial. No caso específico do turismo essa afirmativa adquire ainda mais fundamento, uma vez que, como destaca Cruz (2002), o turismo, considerado pela autora enquanto uma atividade econômica, se apresenta como um consumidor, em sua essência, de espaço.

No caso do turismo de praia aparece com bastante evidência o papel indispensável exercido pelos objetos espaciais, tanto aqueles que em si dão existência à praia, como a areia e o próprio mar, quanto aqueles socialmente construídos, como calçadas, bares, restaurantes e casas de veraneio. Esses sistemas de objetos são indissociáveis dos sistemas de ações ligados ao turismo, tanto os condizentes com as próprias práticas, quanto aqueles ligados à prestação dos serviços turísticos, sendo assim, ao mesmo tempo, condição, meio e resultado das práticas turísticas. Tuan (1980, p. 131), referindo-se à praia, acrescenta que:

[...] sua forma tem dupla atração: por um lado as reentrâncias das praias [...] sugerem segurança; por outro lado, o horizonte aberto para o mar sugere aven-

tura. Além disso, o corpo humano que normalmente desfruta apenas do ar e da terra, entra em contato com a água e a areia.

Os espaços turísticos assim caracterizados podem ter sua criação motivada, de acordo com Knafou (1999), pela ação direta de três agentes distintos, denominados fontes de turistificação dos lugares e dos espaços: a primeira consiste na ação dos próprios turistas sem a interferência direta do mercado, que foi a forma que deu origem ao fenômeno; a segunda é representada pelo mercado, através da concepção de produtos turísticos; e a terceira diz respeito aos planejadores e promotores ‘territoriais’, cuja especificidade reside em sua mais forte territorialização devido ao seu vínculo específico a um determinado espaço.

As práticas turísticas no espaço da praia e sua dinâmica territorial

Do modo exposto por Knafou (1999) os espaços turísticos não necessariamente têm sua origem nas práticas turísticas, no entanto, quando a relação estabelecida é entre turismo e território, a realidade se apresenta marcadamente diferente, pois os territórios turísticos consistem em “[...] territórios inventados e produzidos pelos turistas, mais ou menos retomados pelos operadores turísticos e pelos planejadores” (Id., *ibid.*, p. 73). Sendo assim, todo território turístico é um espaço turístico, mas nem todo espaço turístico é um território turístico, isso porque a existência do território turístico pressupõe o controle do espaço por um sujeito determinado – o turista, fato que não ocorre em muitos espaços turísticos.

A estreita proximidade com as ideias de controle, domínio e apropriação (políticos e/ou simbólicos) do espaço é apontada por Haesbaert (2002, p. 119) como um elemento essencial na definição da natureza do conceito de território, estando presente nas diversas concepções e perspectivas despendidas ao tratamento desse conceito. Uma abordagem clássica que pode ser utilizada para reforçar essa constatação é da Raffestin (1993), que considera o território “[...] resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível. Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente (por exemplo, pela representação), o ator ‘territorializa’ o espaço” (p. 143).

Souza (1995) insere-se, da mesma forma, nesta perspectiva ao considerar o território como um campo de forças, “[...] as relações de poder espacialmente delimitadas e operando, destarte, sobre um substrato referencial” (p. 97). Sendo assim, o território seria fundamentalmente um espaço definido por e a partir de relações de poder, um instrumento de exercício de poder, em sua essência. A produção de um território a partir de um espaço, como ressalta Raffestin (1993, p.144), por causa de todas as relações que envolve, se inscreve num campo de poder.

Dessa forma, a construção de um território está relacionada à ação de um sujeito determinado e ao exercício do controle sobre um determinado espaço. Nas situações em que o espaço turístico é controlado por sujeitos que não as próprias práticas turísticas, pode-se falar de um turismo sem território, como reconhece Knafou (1999), ou seja, de um espaço turístico cujo domínio é exercido por operadores de turismo que colocam um produto no mercado, onde o turista apenas passa, faz uma incursão, sem possuir um real poder sobre o espaço. Knafou (Ibid, p. 72) caracteriza os espaços em que prevalece um turismo sem território como:

[...] um produto certamente localizado, tendo alguma relação com o território, mas um produto que não é suficiente para produzir um ‘território turístico’, isto é, um território apropriado pelos turistas. Está-se então em presença de lugares de passagem, de territórios de outros, onde o turista só faz uma incursão ou até uma excursão.

A praia foi um dos primeiros espaços onde se desenvolveu o turismo, como já demonstrado, ainda no momento em que a criação de espaços turísticos advinha exclusivamente das intervenções das próprias práticas turísticas que, dessa forma, se conformavam sempre em territórios turísticos. Mesmo na atualidade em que nas praias se percebe, com facilidade, a retomada e a intervenção relevante do mercado e do poder público é possível, em muitos casos, falar da constituição das praias enquanto territórios turísticos.

No entanto, não existe uma homogeneidade das práticas turísticas, como ressalta Urry (1996), o que é representado em sua obra pela existência de um olhar romântico do turista e de um olhar coletivo do turista, refletindo na constituição de territórios turísticos de natureza diversa, de acor-

do com as características das práticas predominantes e, também, em conflitos territoriais entre as próprias práticas. À medida que a viagem para as praias, e também para outros espaços turísticos, passou a não ser uma exclusividade dos grupos elitistas se estabeleceu uma hierarquia entre os diferentes lugares ligados ao uso turístico: “[...] desenvolveu-se uma ‘hierarquia’ do balneário e certos lugares passaram a ser vistos como corporificações do turismo de massa, a serem desprezados e ridicularizados” (Id., *ibid.*, p. 34).

Urry (1996) e Knafou (1999) demonstram que a problemática do turismo de massa, forma geralmente assumida pelo turismo de praia, não reside necessariamente na possibilidade do “turismo destruir o turismo” pela total transformação e degradação dos lugares de recepção, mas na variação de percepção das práticas turísticas. Para o primeiro autor essa percepção deriva do olhar romântico do turista – que percebe o turismo de massa como uma prática limitadora das atividades turísticas; e do olhar coletivo do turista – que percebe os lugares mais adensados não como uma limitação das práticas turísticas, mas como uma atração de demandas.

Para o segundo autor esses dois olhares podem ser traduzidos pelas heranças elitistas e pelas práticas de massa, respectivamente. Sendo assim, o turismo de massa e, portanto, o turismo de praia, deve ser entendido como um aumento dos fluxos de viagens a um dado destino induzidas pela necessidade de descanso e de experiências prazerosas, mas cuja compreensão da concentração espacial e da densidade da ocupação emana da percepção de traços distintos de origem e destino comum dentro de um dado grupo social (GOMES, 2002).

Essas práticas turísticas, ao se depararem numa relação conflituosa com outras práticas, buscam reforçar sua territorialidade, ou seja, empreendem, com maior relevância ações estratégicas que visam o estabelecimento, a manutenção e o reforço do controle sobre outrem, tornando possível o uso de um dado terreno. Essa dinâmica tem como reflexos a configuração de espaços exclusivos, ou seja, com acesso restrito a determinados grupos, como bem demonstra Corbin (1989, p. 296) ao descrever a realidade da estação de Swinemude (Alemanha) em 1827:

A praia [...] é dividida em cinco zonas. A do meio, com uma extensão de 500 passos, deve permanecer vazia; tem por

finalidade separar os dois setores, um reservado aos homens e outro às mulheres [...]. Essa clássica distribuição segundo o sexo, praticada em Boulogne, em Granville, em Dieppe, vê-se acrescida de uma fronteira social. O setor reservado ao sexo masculino divide-se em duas zonas. Na primeira ficam os membros das classes inferiores, que não possuem cabines nem carros de banho. O segundo setor da praia destina-se aos ricos; estes dispõem de vinte ou trinta cabines equipadas, de carros de banho e de um caminho de tábuas para evitar que seus delicados pés sofram eventuais cortes. A primeira das zonas reservadas às damas beneficia-se do mesmo tipo de equipamento, do qual estão privadas as mulheres das classes inferiores, relegadas ao último setor.

O conceito de território, em sua abordagem mais tradicional, não admitia a possibilidade da descontinuidade, da superposição e da existência periódica de territórios, consideradas nas propostas de Souza (1995) e Haesbaert (2002), dessa forma, oferecendo dificuldades ao tratamento das práticas territoriais turísticas, como as expostas por Corbin, cujas intervenções territoriais são marcadas pela fluidez, pela sazonalidade e pelo pouco enraizamento. De acordo com Knafou (1999, p. 64), “[...] um bom número de conflitos nos lugares turísticos são oriundos das diferenças de territorialidade [...]”, que acabam por constituir um complexo emaranhado de relações conflituosas com vistas à apropriação e ao uso desses espaços de lazer, alternando-se, periodicamente, no controle dessas áreas.

Considerações finais

A praia se apresenta como relevante objeto no estudo do fenômeno turístico e de sua dimensão geográfica, uma vez sendo um dos principais destinos dos fluxos turísticos mundiais e possuindo uma clara dimensão espacial, verificada na indispensabilidade dos objetos naturais e artificiais para sua existência, e uma complexa dimensão territorial, materializada num emaranhado de práticas sociais, como as inerentes à população local, à prestação dos serviços turísticos e, principalmente, às diversas naturezas assumidas pelas práticas propriamente turísticas. Esse caudal de relações sociais tem como um de seus resultados a formatação de conflitos de territorialidade, ou seja, a adoção de estratégias conflitantes de domínio e controle do espaço, que se apresentam comumente como tentativas de restrição do acesso a determinados grupos sociais.

Dessa forma, o inegável valor que tem o turismo para os estudos da ciência geográfica reforça o seu caráter interdisciplinar, sendo relevante às análises das mais diversas ciências sociais, já que o turismo consiste num fenômeno de caráter humano impossível de ser compreendido no âmbito de uma única ciência. No entanto, a tarefa de compreensão do fenômeno turístico perpassa a formatação de um entendimento conceitual que leve em conta sua real amplitude, o que exige a superação da predominância de abordagens dotadas de forte conteúdo pragmático, cuja finalidade está relacionada exclusivamente aos efeitos econômicos nos núcleos receptores, deixando o interesse teórico e metodológico em segundo plano.

Referências

- ANDRADE, José Vicente de. *Turismo: fundamentos e dimensões*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1995.
- CORBIN, Alain. *O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental*. São Paulo: Companhia das letras, 1989.
- CRUZ, Rita de Cássia. *Política de turismo e território*. São Paulo: Contexto, 2002.
- DE LA TORRE, Óscar. *El turismo – fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica, 1994.
- FIGUEIREDO, Silvio Lima. Ecoturismo e desenvolvimento sustentável: alternativa para o desenvolvimento da Amazônia? In: _____ (Org.). *O ecoturismo e a questão ambiental na Amazônia*. Belém: NAEA – UFPA, 1999.
- GOMES, Paulo César da Costa. *A condição urbana: ensaios de geopolítica da cidade*. Rio de Janeiro: Bertrand, 2002.
- HAESBAERT, Rogério. *Territórios alternativos*. São Paulo: Contexto, 2002.
- HOBSBAWN, Eric. *A era do capital*. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.
- KNAFOU, Remy. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri. (Org.) *Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- LAGE, Beatriz; MILONE, Paulo C. *Economia do turismo*. Campinas: Papirus, 1991.
- LEONY, Ângela. Circuito do diamante: uma abordagem do ecoturismo na Bahia. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri. (Org.). *Turismo e Ambiente: reflexões e propostas*. São Paulo: Hucitec, 1997.
- MOESCH, Marutschka. *A produção do saber turístico*. São Paulo: contexto, 2000.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). *Anuário de estatísticas do turismo*. OMT, 1998.
- OURIQUES, Helton Ricardo. *A produção do turismo: fetichismo e dependência*. Campinas: Alínea, 2005.
- RAFFESTIN, Claude. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.
- RODRIGUES, Adyr Balastrieri. *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: HUCITEC, 1997.
- _____. Abordagem geográfica do espaço do turismo. In: CORIOLANO, Luzia Neide (Org.). *Turismo com ética*. Fortaleza: UECE, 1998.
- _____. Desafios para os estudiosos do turismo. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (Org.). *Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- SANTOS, Milton. *Espaço e Método*. São Paulo: Nobel, 1985.
- _____. *Por uma geografia nova*. 4. ed. São Paulo: Hucitec, 1996.
- _____. *A natureza do espaço: espaço e tempo; razão e emoção*. 3.ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- SOUZA, Marcelo Lopes de. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, Iná Elias de. et al. *Geografia: conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1995.
- _____. Algumas notas sobre a importância do espaço para o desenvolvimento social. In: *Revista Território*, ano II, nº 3, jul./dez. 1997a.
- _____. Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local? In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri. (Org.). *Turismo e desenvolvimento local*. São Paulo: HUCITEC, 1997b.
- TUAN, Yi-fu. *Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente*. São Paulo/Rio de Janeiro: DIFEL, 1980.
- URRY, John. *O olhar do turista: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel/ SESC, 1996.
- Willame de Oliveira Ribeiro*
Geógrafo, Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Pará – UFPA, Técnico em Geografia da Universidade do Estado do Pará – UEPA, Professor da Faculdade Ipiranga e Coordenador do Curso de Licenciatura em Geografia da UVA/PA.

Recebido em 08/10/2009

Aprovado para publicação em 30/10/2009

