

**LUGAR TURÍSTICO E TERRITÓRIO USADO: contribuições teóricas ao estudo do Turismo a partir da Geografia de Milton Santos**

**TOURIST PLACE AND USED TERRITORY: theoretical contributions of the Tourism study from the Geography of Milton Santos**

**LUGAR TURÍSTICO Y TERRITORIO USADO: contribuciones teóricas al estudio del Turismo a partir de la Geografía de Milton Santos**

**José Alexandre Berto de Almada**

Doutorando em Geografia pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).  
xande.almada@hotmail.com

**Recebido para avaliação em 19/06/2018; Aprovado para publicação em 22/08/2018.**

**RESUMO**

A Geografia do turismo não constitui em si mesma uma nova ciência geográfica, mas sim, uma forma de abordar o turismo pelo viés geográfico. O objetivo deste ensaio é apresentar uma proposta de abordagem do fenômeno do turismo a partir da Geografia Nova, de Milton Santos, utilizando seu arcabouço teórico para apreender o processo de produção do espaço geográfico pelo turismo, acrescentando ao diálogo outros autores e perspectivas e incluindo ao debate o conceito de Lugar Turístico como ferramenta para identificar o turismo no espaço geográfico e a categoria analítica do território usado como meio para operacionalizar a geografia miltoniana na apreensão do turismo no lugar. Na primeira parte deste ensaio discutimos o conceito de espaço geográfico e suas características ontológicas dentro da perspectiva da geografia de Milton Santos, sublinhando a categoria analítica do território usado. Na segunda parte incluímos o conceito de lugar turístico como fio condutor na identificação do turismo pela geografia. Na última parte apontamos elementos metodológicos para a realização de estudos sobre o turismo no espaço geográfico dentro da perspectiva apresentada neste ensaio. O lugar turístico é o conceito geográfico que permite identificar a materialização do turismo no espaço geográfico e o território usado a categoria analítica que permite apreender turismo no espaço. A análise geográfica do turismo deve levar em consideração as relações contraditórias entre os agentes que atuam na produção do lugar turístico que desvelam uma realidade complexa nos territórios onde há sua presença.

**Palavras-chave:** Turismo; Território Usado; Lugar Turístico.

**ABSTRACT**

The geography of tourism is not in itself a new geographical science, but rather a way of approaching tourism by geography. The objective of this paper is to present a proposal to approach the phenomenon of tourism from the Geografia Nova, by Milton Santos, using its theoretical framework to apprehend the process of production of geographical space by tourism, adding to the dialogue other authors and perspectives and including to the debate the concept of Tourist Place as a tool to identify tourism in the geographical space and the analytical category of the territory used as a means to operationalize the Miltonian geography in the apprehension of tourism in the place. In the first part of this paper we discuss the concept of geographic space and its ontological characteristics within the perspective of Milton Santos's geography, underlining the analytical category of the territory used. In the second part we include the concept of tourist place as a guiding principle in the identification of tourism by geography. In the last part we point out methodological elements for the study about tourism in the geographic space within the perspective

presented in this paper. The tourist place is the geographical concept that allows to identify the materialization of the tourism in the geographical space and the territory used the analytical category that allows to seize tourism in the space. The geographic analysis of tourism must take into account the contradictory relations between the agents that act in the production of the tourist place that reveal a complex reality in the territories where it is present.

**Keywords:** Tourism; Territory Used; Touristic Place.

### RESUMEN

La geografía del turismo no constituye en sí misma una nueva ciencia geográfica, sino una forma de abordar el turismo por la geografía. El objetivo de este ensayo es presentar una propuesta de abordaje del fenómeno del turismo a partir de la Geografía Nova, de Milton Santos, utilizando su marco teórico para aprehender el proceso de producción del espacio geográfico por el turismo, añadiendo al diálogo otros autores y perspectivas e incluyendo al debate el concepto de Lugar Turístico como herramienta para identificar el turismo en el espacio geográfico y la categoría analítica del territorio usado como medio para operacionalizar la geografía miltoniana en la aprehensión del turismo en el lugar. En la primera parte de este ensayo discutimos el concepto de espacio geográfico y sus características ontológicas dentro de la perspectiva de la geografía de Milton Santos, subrayando la categoría analítica del territorio usado. En la segunda parte incluimos el concepto de lugar turístico como hilo conductor en la identificación del turismo por la geografía. En la última parte apuntamos elementos metodológicos para la realización de estudios sobre el turismo en el espacio geográfico dentro de la perspectiva presentada en este ensayo. El lugar turístico es el concepto geográfico que permite identificar la materialización del turismo en el espacio geográfico y el territorio usado a la categoría analítica que permite aprehender el turismo en el espacio. El análisis geográfico del turismo debe tener en cuenta las relaciones contradictorias entre los agentes que actúan en la producción del lugar turístico que desvelan una realidad compleja en los territorios donde hay su presencia.

**Palabras clave:** Turismo; Territorio Usado; Lugar Turístico.

---

### INTRODUÇÃO

A Geografia do turismo não constitui em si mesma uma nova ciência geográfica, mas sim uma forma de abordar o turismo pelo viés geográfico. O turismo para Equipe MIT (2005, p. 342) é um “sistema de atores, de lugares e de práticas permitindo aos indivíduos a recreação por deslocamento e estadia temporária em outros lugares”, destarte, a análise do turismo pela geografia pode levar em consideração o que é destacado pela Equipe MIT para identificar o fenômeno do turismo em um determinado lugar e, a partir disso, explicar os nexos relacionais que possibilitam a existência do turismo enquanto fenômeno no local identificado e como o espaço geográfico é produzido e organizado em função deste fenômeno.

A sistematização da geografia em ciência e do fenômeno do turismo moderno são contemporâneos, ambos datam do século XIX, desde então o turismo foi estudado por diferentes abordagens pela geografia, de acordo com os paradigmas basilares de cada corrente geográfica. Assim sendo, o objetivo deste ensaio é apresentar uma proposta de

abordagem do fenômeno do turismo a partir da Geografia Nova, de Milton Santos, utilizando seu arcabouço teórico para apreender o processo de produção do espaço geográfico pelo turismo, acrescentando ao diálogo outros autores e perspectivas e incluindo ao debate o conceito de Lugar Turístico como ferramenta para identificar o turismo no espaço geográfico e a categoria analítica do território usado como meio para operacionalizar a geografia miltoniana na apreensão do turismo no lugar.

Na primeira parte deste ensaio discutimos o conceito de espaço geográfico e suas características ontológicas dentro da perspectiva da geografia de Milton Santos, sublinhando a categoria analítica do território usado para análise do espaço. Na segunda parte incluímos ao diálogo o conceito de lugar turístico como fio condutor na identificação do fenômeno do turismo pela geografia. Na última parte apontamos elementos metodológicos para a realização de estudos sobre o turismo no espaço geográfico dentro da perspectiva apresentada neste ensaio.

## **ESPAÇO GEOGRÁFICO COMO OBJETO E AÇÕES E TERRITÓRIO USADO ENQUANTO CATEGORIA DE ANÁLISE**

Em Almada (2015) discutimos a análise do espaço geográfico enquanto objeto central da ciência geográfica, que a partir da teoria de Milton Santos, o espaço geográfico apresenta-se como um de sistemas de ações indissociável dos sistemas de objetos (SANTOS, 2012a).

Enquanto uma relação indissociável, o espaço geográfico é composto por formas e funções que estruturam o espaço construído. A essas categorias, Milton Santos (2007, p. 100) adiciona a noção do processo enquanto

[...] um condutor cuja vida é efêmera, um breve momento, a fração de tempo necessária para que a estrutura se realize – se geografize, ou melhor, se espacialize – por meio de uma função, uma atividade mais ou menos durável e pela sua união indispensável à uma forma. O processo termina quando uma fração da estrutura é materializada em uma forma particular, condenado a uma função particular. Então, um novo processo começa.

A partir da noção de processo, a análise do espaço geográfico possibilita a operacionalização da categoria tempo, do par espaço-tempo, uma vez que as formas e funções que estruturam a vida humana não são estáticas, são passíveis de mudanças, e essas estão ocorrendo constantemente, nesse sentido, o processo se apresenta com um vetor

efêmero que potencializa essa mudança, nesta lógica a partir do pensamento de Milton Santos, o tempo adiciona movimento à totalidade do espaço geográfico.

Sendo assim,

O importante é que as categorias, estrutura, função e forma, assim como o processo, tempo e escala, são indissociáveis tanto como categorias analíticas como categorias históricas. São elas que definem a totalidade concreta, a totalidade em permanente processo de totalização (SANTOS, 2007, p. 100).

Sobre a questão da totalidade em permanente processo de totalização Milton Santos retoma essa discussão em *A Natureza do Espaço* (2012a [1996]), tendo o espaço geográfico enquanto totalidade em movimento, “[...] uma realidade fugaz, que está sempre se desfazendo para voltar a se fazer” (SANTOS, 2012a, p. 117). Nesse ponto, há a diferenciação entre totalidade e totalização, “[...] a primeira sendo resultado e a segunda o processo” (*idem*, p. 118).

A totalidade é um momento já realizado, materializado nas formas e funções que estruturam o espaço geográfico, porém, tendo em vista que não se trata de um espaço estático, mas sim em constante movimento, dado pela dimensão do tempo, temos a totalização, enquanto processo, existindo enquanto potência, um vir-a-ser do espaço, que ao materializar-se transcende da potência ao ato, resultando em uma nova totalidade, mas essa também não está pronta, pois sempre estará se refazendo por meio da totalização.

Para analisar o movimento que caracteriza o espaço geográfico, Milton Santos acrescenta, a partir de Whitehead, a ideia de evento, partindo da ideia que “se consideramos o mundo como um conjunto de possibilidades, o evento é um veículo de uma ou algumas dessas possibilidades existentes no mundo” (SANTOS, 2012a, p.144). No movimento do transcender da possibilidade em ato, está o evento, um catalizador para que uma das possibilidades se materialize, e é nesse sentido que há o movimento do espaço geográfico, uma vez que “[...] os eventos mudam as coisas, transforma os objetos, dando-lhes ali mesmo onde estão novas características” (*idem*, p. 146).

Sendo o lugar o depositário final e obrigatório do evento (SANTOS, 2012a) é a partir de sua análise que podemos percebê-lo empiricamente, seja a partir de novas formas que vão completar o sentido existencial das novas funções que se dão no lugar, ou pela refuncionalização das formas pretéritas. A exemplo deste último, temos o fenômeno de gentrificação ocorrendo nos antigos centros urbanos industriais, transformando os galpões fabris em *lofts* destinados as novas funções urbanas a esses centros.

No sentido analítico do espaço geográfico, o evento é a fagulha de uma reação em cadeia de transformações no espaço geográfico, de “[...] um instante no tempo dando-se em um ponto do espaço” (SANTOS, 2012a, p. 144), ou seja, a gênese dos processos que são no lugar. Se os eventos estão na origem dos processos, o que dá início aos eventos? Quanto isso, a partir de Santos (2012a) podemos distinguir os eventos entre naturais e sociais ou históricos, os primeiros resultam no próprio movimento da natureza, como a queda de um raio, o começo de uma chuva ou um terremoto, como ocorreu no Haiti, em 2010, desencadeando uma série de problemas socioeconômicos no país, resultando no fluxo migratório de refugiados para vários países, principalmente para o Brasil. Os eventos sociais “[...] resultam da ação humana, da interação entre os homens, dos seus efeitos sobre os dados naturais. Aqui, é o movimento da sociedade que comanda, através do uso diversificado do trabalho e da informação” (SANTOS, 2012a, p. 147).

Além da origem, natural ou social, os eventos também podem ser distinguidos entre finitos e infinitos e, também, entre uma duração natural ou organizacional. Sobre as características finita ou infinita, Santos (2012a, p.148) destaca que

Os primeiros resultam da distribuição de possibilidades e recursos finitos: o tempo de cada um (se escolho ir a um lugar, não posso ir a outro ao mesmo tempo); o dinheiro de que dispomos; a população de um país. Já há os eventos infinitos que resultariam da distribuição de possibilidades e recursos cujo o uso não os esgota, sua distribuição podendo ser cumulativa e não competitiva, como no caso dos recursos finitos. Exemplos de eventos infinitos são a liberdade, a democracia, a informação geral.

A duração natural está relacionada à natureza original do evento, de suas qualidades individuais, mas que, ao prolongá-las, fazendo-as durar além da sua composição original, o evento caracteriza-se por ter um duração organizacional, a exemplo, pode se ter “Uma lei, uma decisão governamental, uma portaria de um Banco Central, uma regra de um banco privado ou uma empresa são formas organizacionais que interferem na duração dos eventos, quando não a determinam diretamente” (SANTOS, 2012a, p. 149).

O Estado, os grandes bancos e empresas além de interferir na duração dos eventos também são responsáveis pela produção dos eventos sociais ou históricos, onde a sua escala de atuação depende do limite da escala de sua força. Por exemplo, leis municipais podem ser eventos que transformam certos lugares no município, mas dificilmente poderá extrapolar sua escala de atuação para outro município ou país. A escala do evento pode ter duas acepções, a primeira está relacionada com a origem das variáveis envolvidas na produção do evento, a segunda, é a escala do seu impacto, de sua realização (SANTOS, 2012a).

Sendo o espaço geográfico uma totalidade, onde as partes estão interconectadas com o todo, ou seja, “os eventos são individuais, mas não isolados, eles fazem-se numa combinação interdependente, formando uma trama complexa, compreensível a partir da totalidade” (DANTAS, 2016, p. 197-198). Nos eventos históricos essa combinação traduz-se por dois tipos de solidariedade:

O primeiro com base a origem do evento, sua causa eficiente, cuja incidência se faz, ao mesmo tempo, em diversos lugares próximos ou longínquos. Trata-se, aqui, de eventos solidários, mas não superpostos: sua ligação vem do movimento de uma totalidade superior à do lugar em que se instalam. O outro tipo de solidariedade tem como base o lugar da objetivação do evento, sua própria geografização. Aqui os diversos eventos concomitantes são solidários porque estão superpostos, ocorrendo numa área comum (SANTOS, 2012a, p. 152).

A compreensão dos dois tipos de solidariedade dos eventos históricos perpassa pelas noções de verticalidade e horizontalidade, respectivamente. Pois,

as verticalidades relacionem-se com o global, ligam pontos remotos, são veículos de uma racionalidade exterior e estranha ao lugar, tende a impor a lógica da “modernidade”, dizem respeito ao interesse de poucos que tende a regular a vida cotidiana. (DANTAS, 2016, p. 198).

As horizontalidades, por sua vez, “estão vinculadas ao lugar e dizem respeito ao local de produção e de consumo, aos espaços justapostos, constituídos de pontos contínuos, espaço da racionalidade e da contrarrazionalidade; o que faz do lugar o palco das tensões entre o mundo e o cotidiano” (ibidem, p.198).

Analisar o espaço geográfico pela noção do evento é analisar o lugar, pois, mesmo que o evento possa ter uma solidariedade vertical, relacionando-se em pontos não contíguos pelo globo terrestre, é no lugar que as possibilidades se realizam, desta forma, “os eventos operam essa ligação entre os lugares e uma história em movimento. O lugar, aliás define-se como funcionalização do mundo e é por ele (lugar) que o mundo é percebido empiricamente” (SANTOS, 2012b, p. 158).

O mesmo evento, de solidariedade vertical, pode incidir-se em diferentes lugares pelo globo terrestre, embora seja possível ver semelhança entre as novas geografidades dos lugares onde o evento ocorre. Há uma característica específica em cada lugar, por mais forte que seja a tendência à homogeneização de área, ainda resiste em cada lugar a sua singularidade, o que Santos destaca como sendo a força do lugar, pois,



o lugar é a oportunidade do evento. E este, ao tornar espaço ainda que não perca suas marcas de origem, ganha características locais. É como se a flecha do tempo se entortasse no contacto com o lugar. O evento é, ao mesmo tempo, deformante e deformado (SANTOS, 2012b, p. 163).

Podemos interpretar a flecha do tempo, o evento, que se entorta ao atingir o lugar para garantir a sua singularidade com a ideia de emergência, do pensamento complexo, que “nas realidades (conjuntos ou todos) organizadas emergem qualidades e propriedades novas (que podemos chamar de “emergências”) que não são redutíveis aos elementos (partes) que as compõem e que retroagem sobre essas realidades” (MARÍN; JIMÉNEZ, 2002, p. 118). Nesse sentido, concordamos com a citação de Santos (2012b) que o evento é ao mesmo tempo deformante e deformado, pois, ao modificar o lugar o evento também se modifica, emergindo algo novo no lugar.

Ainda sobre a relação da noção de emergência e o lugar, temos que a primeira “[...] diz respeito à ordem do acontecimento novo, do imprevisível e, principalmente, diz respeito a uma combinação original de elementos e padrões já existentes” (DANTAS, 2014, p. 57). Então, se o evento é o veículo de algumas possibilidades que se realizam no lugar, mudam as coisas, transformando os objetos e as ações, o espaço geográfico, dando-lhes ali mesmo onde estão novas formas e funções, como lembra Santos (2012a), iremos chamar, aqui, o encontro do evento com o lugar de emergência, pois desse encontro temos que “[...] as qualidades ou propriedades de um sistema que apresentam um caráter de novidade com relação as qualidades ou propriedades dos componentes considerados isoladamente ou dispostos de forma diferente em outro tipo de sistema” (MORIN, 1981, p. 129-130). A partir do evento, emergem no lugar novas qualidades e propriedades, nesse sentido que o evento pode ser entendido enquanto veículo para a emergência do lugar.

Frente à totalidade em movimento que compõe o espaço geográfico enquanto mundo, cada lugar é específico, singular, podendo ser definido “[...] tanto por sua existência corpórea, quanto por sua existência relacional. É assim que os subespaços existem e se diferenciam uns dos outros” (SANTOS, 2012b, p. 159). Com o aporte da complexidade, acrescentamos à fala de Santos que a singularidade de cada lugar também ocorre em função de suas características emergenciais, suas qualidades e propriedades, podendo, a partir dos eventos, resultar na especialização do lugar em determinada função.

Decifrar as especificidades de cada lugar, a sua emergência resultante da combinação de algumas possibilidades por meio do evento,

cabe ao pesquisador imbuído do raciocínio geográfico (aquele que tem em sua base a ordem espacial de objetos e ações e a trama relacional das localizações e

lugares) situar o conjunto de variáveis que compõe o circuito produtivo estudado, estabelecendo entre elas suas ligações e nexos (DANTAS, 2016, p. 198).

Não somente os circuitos produtivos<sup>1</sup>, que é o foco do artigo de Dantas (2016), mas qualquer especificidade de cada ponto do espaço geográfico, em sua trama relacional, para qual, também concordamos com o autor que para realizar esta análise é preciso incorporar a categoria analítica proposta por Milton Santos do território usado, falar do uso do território, uma vez que

O conjunto de variáveis que viabiliza uma determinada produção, como por exemplo, a produção de cana, implica na noção de uso do território. A combinação específica para esse uso é o lugar. Grosso modo poderíamos dizer que a produção de cana é o uso do território e a especificidade de cada produção é dada pelo lugar. O Território é uso, o Lugar é a combinação para esse uso (DANTAS, 2016, p. 198).

Conforme lembram Santos e Silveira (2001, p. 20), “o que interessa discutir é, o território usado, sinônimo de espaço geográfico”, além disso, Milton Santos destaca que “o território são formas, mas o território usado são objetos e ações, sinônimo de espaço humano, de espaço habitado” (SANTOS, 2012b, p. 138), e essa trama solidária e indissociável entre objetos e ações, conforme destacou Dantas (2016), encontra no Lugar a combinação para o uso, ou seja, o espaço geográfico em ato.

O espaço geográfico é uma totalidade em movimento em razão de que a cada situação histórica novas qualidades e propriedades emergem no lugar, essas ocorrem em virtude dos eventos que criam ou transformam o território usado e a configuração territorial de cada período, o desafio da análise geográfica encontra-se em apreender essas características emergenciais, buscando compreender e explicar a produção do espaço geográfico a partir de seu constante movimento de transformação. Com base na noção de evento é possível identificar a origem dos processos que resultaram ou estão em vias de transformar as formas e funções que incidem sobre o lugar, por sua vez, as categorias do território usado e da configuração territorial operacionalizam a análise das formas e funções em ato, revelando suas características existenciais e essenciais, ou seja, a sua estrutura, que possibilita a compreensão do espaço geográfico em movimento.

Cada lugar é composto por inúmeras variáveis, e a produção do seu espaço geográfico pode ter sido realizada, ou impulsionada, a partir de uma ou pelo conjunto dessas variáveis que se materializam de modo singular no território. Interessa-nos, neste

---

<sup>1</sup> Milton Santos classifica os circuitos espaciais da produção como “[...] diversas etapas pelas quais passaria um produto, desde o começo do processo de produção até chegar ao consumo final” (SANTOS, 2012c, p. 56).



momento, é entender a produção do espaço geográfico a partir da variável do turismo, neste sentido, iremos tratar de Lugar Turístico, ou seja, os lugares onde a sua produção, ou reprodução, se deu em função da atividade turística, então, como podemos proceder à análise de um lugar turístico?

## LUGAR TURÍSTICO

Um lugar torna-se turístico a partir de sua refuncionalização, mas, o que torna isso possível é o que chamamos de evento, que podemos entendê-lo como o “agente-ação” que materializou essa possibilidade no território. O evento é um processo que possibilita a emergência de novas funções e formas, ou refuncionaliza as antigas, resultando em um novo uso do território no lugar.

O fenômeno do turismo, na perspectiva de Milton Santos, pode ser analisado a partir de sua configuração territorial, a sua totalidade existente em um dado lugar, ou enquanto processo que está transformando e/ou refuncionalizando o lugar para receber a atividade econômica do turismo.

O turismo enquanto fenômeno que produz ou de reproduz o espaço interessa à geografia a partir do momento em que ele passa a existir no espaço, no qual transforma a configuração territorial precedente para atender aos novos usos do território da atividade turística.

Nesse sentido, Knafo (1991) nos chama a atenção para a invenção dos lugares turísticos, reconhecendo que, para alguns casos, há a importância da presença de celebridades para a divulgação de lugares turísticos. Nesta lógica, além da realidade, dos objetos, também são necessárias as ações para completar o sentido existencial do espaço geográfico, garantindo que esse lugar torne-se um destino turístico, pois, sem a presença dos turistas, que são “[...] os primeiros atores, historicamente, no desenvolvimento dos espaços turísticos realizando distinções, designações de uma área mais do que a outra” (ÉQUIPE MIT, 2008, p. 190), um lugar não pode tornar-se efetivamente turístico.

No movimento de tornar-se turístico do lugar temos um processo inacabado de uma parte do espaço geográfico, e esse é uma totalidade em movimento que nunca está pronta, em constante transformação, onde “[...] a cada momento do tempo o espaço possui uma configuração territorial específica, com ações e objetos contemporâneos àquele momento” (ALMADA, 2015, p. 90).

Seguindo esse pensamento, Santos (2012b, p. 163) argumenta que “no lugar, estamos condenados a conhecer o mundo pelo que ele já é, mas, também pelo que ainda não é. O futuro, e não o passado torna-se a nossa âncora”. O futuro nos apresenta enquanto possibilidade de existência, e essas são dadas pela realidade presente, materializada no lugar. Essa, por sua vez, resultado de uma construção processual e possibilidade já materializadas no lugar.

O turismo materializado no lugar é resultado de “[...] um conjunto de possibilidades, cuja efetivação depende das oportunidades oferecidas pelos lugares” (SANTOS, 2012a, p. 337), nesse sentido, podemos estabelecer o conceito de lugar turístico para analisar o fenômeno do turismo a partir da abordagem geográfica.

Conforme lembra Boyer (2003), nenhum lugar é turístico a priori. Sobre isso, Knafou (1991, p. 15) destaca que o lugar passa por um processo de invenção por meio de uma construção socioespacial, “portanto, um lugar que se torna turístico modifica brutalmente o seu estatuto de utilização”, ou seja, novas possibilidades existenciais passam a fazer parte da realidade material do lugar.

Se no processo de transformação de um lugar para um lugar turístico temos como ponto central a sua refuncionalização, essa pode ser analisada a partir da categoria analítica do território usado que permite enxergar a possibilidade da ação humana nos objetos já transcendida em ato, materializada, enraizada no solo, um instante do movimento da totalidade, uma forma de cindi-la para realizar sua apreensão, pois, “[...] a totalidade é uma realidade fugaz, que está sempre se desfazendo para voltar a se fazer” (SANTOS, 2012a, p. 117).

O turismo enquanto possibilidade já realizada no lugar tem a sua existência efetivada a partir das formas materiais, isto é, de uma configuração territorial. Essa não é um dado material uniforme, com formas de um mesmo tempo, de um mesmo período ou realidade técnica, o que temos é uma configuração territorial enquanto materialidade cumulativa de tempos desiguais. Nesse sentido, o território usado é a categoria analítica para operacionalizar o estudo do espaço geográfico, ou neste caso o lugar turístico, um subespaço, pois “o território são formas, mas o território usado são objetos e ações, sinônimo de espaço humano, espaço habitado” (SANTOS, 2012b, p. 138).

O lugar turístico é resultado de um amálgama entre a configuração territorial e o território usado, onde convivem as formas e funções socioespaciais para atender a atividade do turismo e as formas e funções para atender às necessidades cotidianas do lugar. Além disso, “os lugares [...] se definem pela sua densidade técnica, pela sua densidade

informacional, pela sua densidade comunicacional, cuja fusão os caracteriza e distingue” (SANTOS, 2012b, p. 160), acrescentando ao estudo do lugar essas variáveis na classificação dos lugares turísticos. Neste ponto, faremos uma ressalva quanto à densidade comunicacional, na qual utilizaremos a expressão técnica-científica-informacional (TCI), pois, os conteúdos técnicos da atualidade são indissociáveis ao conteúdo científico, o mesmo vale para a dimensão informacional que é solidária a essa dinâmica. A variável comunicacional do lugar é resultado, um produto do acúmulo da densidade TCI do Lugar. Ao utilizarmos a expressão TCI estaremos em consonância à nomenclatura mais usual na obra de Milton Santos.

Os lugares encontram-se em diferentes níveis de densidade técnica-científica-informacional, uma vez que o processo de turistificação, a transformação do lugar, pode ocorrer de modo diferenciado, podendo ter mais ou menos densidade técnica. Nos casos onde há uma grande densidade das variáveis, propostas por Milton Santos, encontramos os enclaves turísticos, que se apresentam enquanto “porções de espaço relacionadas a um uso turístico, visivelmente apartadas do contexto espacial em que se inserem, tanto por sua arquitetura dominante como pela fragilidade das relações que tecem com seu entorno imediato” (CRUZ, 2012, p. 21).

Os enclaves, lugares onde ocorrem superespecialização do turismo e o uso do território, apresentam-se aparentemente apartados do lugar onde se insere essa configuração territorial específica. Alguns autores interpretam-nos como pseudo-lugares, devido a sua artificialização, por exemplo, o caso dos hotéis *resorts* que possuem em suas dependências uma densa infraestrutura especializada em satisfazer as necessidades de consumo dos turistas sem que esses precisem se ausentar das dependências do hotel. Sobre esses casos, Cruz (2012, p. 25) afirma que os pseudo-lugares “[...] são lugares cuja história e identidade são prostituídas em nome de um uso especializado de relações alienadas e alienígenas produzidas pelo e para o turismo”.

Por mais artificial que aparenta a existência dos enclaves turísticos na paisagem em que se insere, não podemos interpretar esses como um pseudo-lugar, pois, de fato, eles existem, e a sua existência uma possibilidade realizada, e existente dentro do contexto socioespacial em que foi produzido, mesmo que a população local não venha, comumente, desfrutar das opções de lazer oferecidas pelos *resorts*, muitas vezes ela é utilizada como mão de obra ou como fornecedor de insumos necessários para o cotidiano do *resort*. Portanto, mesmo com formas e funções destoantes da paisagem em que se inserem, os enclaves são lugares turísticos, logo, solidários com o seu entorno.

O conceito de lugar turístico operacionaliza a análise do fenômeno do turismo para a geografia, pois a partir dele é possível entender a produção do espaço geográfico no âmbito dessa atividade econômica, ou seja, os objetos e ações, a configuração territorial e o território usado.

Ressaltando que o turismo não é somente uma prática econômica, é também uma prática cultural e espacial, pois, “[...] o turista é sempre alguém que não pertence ao lugar visitado, toda prática de turismo envolve lugares emissores de turistas, espaços de deslocamento e lugares receptores” (CRUZ, 2012, p. 6), colocando em contato diferentes formas de perceber o mundo, entre turistas e residentes, podendo ocorrer de modo amistoso ou não.

Para a Equipe MIT (2005, p. 342), o turismo é um “sistema de atores, de lugares e de práticas permitindo aos indivíduos a recreação pelo deslocamento e o habitar temporário de outros lugares”. Esse sistema, segundo a Equipe MIT (2005), é composto por empresas, normas e valores, leis, de turistas, de lugares turísticos de diferentes qualidades, de mercados, de relações não mercadológicas, do imaginário e imagens e de discursos.

A partir do momento que um lugar recebe esses elementos do sistema turístico, ele passa a ser um lugar turístico, que na perspectiva econômica capitalista “[...] o principal objeto de consumo do turismo é o espaço e que a atividade turística transforma o espaço em mercadoria, inserindo-o no circuito da troca” (CRUZ, 2012, p. 5).

A invenção do lugar turístico, uma porção do espaço geográfico transformada pelo turismo, se dá a partir de um duplo movimento, “o primeiro sendo um processo de desvio de utilização predominante do lugar – este é o poder subversivo do turismo – e o segundo sendo a incorporação de novos territórios ao lugar turístico – este é o poder de conquista do turismo” (KNAFOU, 1991, p. 16).

Desses dois poderes é possível identificar os processos de turistificação do lugar, no qual “a invenção do lugar turístico começa, portanto, com um desvio da utilização tradicional do território e, ao mesmo tempo, em que ocorre uma mudança de significação” (*idem*, p.16).

O processo de subversão do lugar em lugar turístico está alicerçado “[...] em grande parte na elaboração de um discurso, que contribui para uma coisificação e uma fetichização de certos pontos do território” (SILVEIRA, 2002, p. 36). Nesse sentido, os elementos naturais do sol e do mar contribuíram para ressignificar o território usado no litoral, tratando-se do que Silveira (2002, p. 37) chamou de aptidão paisagística, que “através de

preferências moldadas ao ritmo da publicidade, de modas culturais e esportivas, de critérios estéticos, de possibilidades técnicas e estratégias de mercado. Eis porque as paisagens são valorizadas, diferentemente, a cada momento histórico”.

A aptidão paisagística, que transforma pontos do território em mercadoria, e por conseguinte o fetichiza, não pode ser analisada apenas por seus atributos naturais, pois o fetiche em visitar um dado ponto no planeta é uma manifestação da psicosfera<sup>2</sup>. Logo, a aptidão paisagística é um conjunto de dados psiconaturais, esses “são processos de apropriação dos elementos ditos naturais, porque se esses dados não têm artifício na sua constituição material, eles o têm na sua constituição simbólica e social” (SILVEIRA, 2002, p. 37).

Apenas a transformação psicológica da praia pela valoração dos elementos naturais, como a areia da praia, o mar e as dunas não são suficientes para consolidar a existência do turismo, pois é necessária uma realidade material que suporte a essa atividade. É nesse sentido que o processo de invenção do lugar turístico é resultado de um duplo movimento, que após a subversão material e simbólica do lugar há a conquista de novos territórios por meio da incorporação de lugares já existentes ou a criação de lugares *ex nihilo* que irão garantir a configuração territorial necessária para a realização da atividade turística no lugar.

A invenção do lugar turístico não ocorre homogeneamente na superfície terrestre, podendo ocorrer em variadas escalas e intensidades, resultando na transformação da essência dos lugares. Isto é, na maneira como o território é usado, a partir do momento em que ocorre algum fator que modifica o modo como o território é usado, a sua essência também se modifica, não apenas isso, a configuração territorial também se modifica para atender à demanda dos novos usos do território. A cada momento novos usos do território transcendem da potência ao ato e, é nesse sentido, de nunca estar pronto, de estar inserido em um ciclo infinito de mudanças, que o espaço geográfico é uma totalidade em curso, porém uma “totalidade irrealizável” (SANTOS, 2012a), pois nunca estará pronto.

O vetor que instala a possibilidade de mudança da materialidade e das ações sobre ela pode ser interpretado pelo que Santos (2012a, p. 144) denomina evento, dessa forma, os diferentes tipos de lugares turísticos estão relacionados aos diferentes tipos de eventos que os originaram.

---

<sup>2</sup> De acordo com Milton Santos, na obra *Técnica, espaço e tempo*, a psicosfera é resultado das crenças, desejos, vontades e hábitos que inspiram comportamentos filosóficos e práticos, as relações interpessoais e a comunhão com o Universo.

Existe uma gama de eventos que materializam-se em um mesmo lugar, uns com origens semelhantes, outros não, mas para a análise do turismo o que interessa é identificar os eventos diretamente relacionados com a turistificação do lugar.

Para Knafo (1996, p. 70), há três fontes de turistificação dos lugares, podendo estas ser ou estar diretamente relacionadas com a origem do evento que possibilitou o turismo no lugar. A primeira parte da premissa de que “são os turistas que estão na origem do turismo”, e ainda, conforme Cruz (1999, p. 19), “sem turista, o lugar turístico não tem razão de ser”.

Entretanto, apenas essa característica tautológica dos lugares turistificados não é suficiente para explicar a razão de ser turístico do lugar. Além da presença do turista, é necessário que o mercado tenha interesse, ou seja, “o mercado é a segunda fonte de criação” (KNAFOU, 1996, p. 70). Porém, esse interesse é consolidado a partir da terceira fonte: “planejadores e promotores ‘territoriais’” (*ibidem*, p. 70). Esses, geralmente, estão presentes na figura do Estado desenvolvedor de políticas públicas para a atividade turística.

Nesse ponto, destacamos o papel do Estado no processo de invenção do lugar turístico por meio das políticas públicas, o qual assume a função de ser um vetor da materialização do turismo no lugar, no qual possibilitam os processos de subversão e de conquista do território para o turismo, modificando configuração territorial, criando e/ou refuncionalizando formas para atender as funções dessa atividade.

Corroborando sobre o papel das políticas públicas para a existência do lugar turístico, Cruz (1999, p. 3) argumenta que

o modo como se dá a apropriação de um dado espaço pelo turismo depende da política pública de turismo que se leva a cabo no lugar. À política pública de turismo cabe o estabelecimento de metas e diretrizes que orientem o desenvolvimento socioespacial atividade, tanto no que tange à esfera pública como no que se refere à iniciativa privada. Na ausência da política pública, o turismo se dá à revelia, ou seja, ao sabor de iniciativas e interesses particulares (CRUZ, 1999, p. 3).

As políticas públicas estão relacionadas com o evento que possibilita a materialização do turismo no lugar, e a essência do modo de produção capitalista está na origem das políticas públicas, dotar os espaços de meios para aumentar a produtividade econômica para garantir o processo de acumulação de riquezas, para garantir a reprodução do sistema.

A origem do evento pode estar relacionada individualmente com cada uma das fontes de turistificação do lugar, turistas, Estado e mercado, ou a partir da junção dos três simultaneamente. De acordo com a intensidade do evento do turismo no espaço geográfico



há diferentes possibilidades de invenções de lugares turísticos. Partindo desta diferenciação geográfica dos lugares turísticos, Knafou et al. (1997) definem esses a partir de quatro tipos: local turístico (*site touristique*); cidade turística (*ville touristique*); estação turística (*station touristique*); feitoria turística (*comptoir touristique*).

A principal diferença entre os tipos de lugares turísticos se encontra na densidade TCI materializada em cada lugar em função do uso do território pelo turismo, no qual, os autores destacam o papel do itinerário de visita ao lugar, que determina o tempo de permanência do turista e o seu nível de interação com o local.

Para Knafou et al. (1997, p. 200), o local turístico “é caracterizado unicamente pelas práticas de passagem pelos turistas. Sendo assim, eles não permanecem num local turístico, apenas visita”. Essa característica de o local turístico ser um ponto de passagem pode ser explicada pela ausência de leitos, não permitindo a estadia do turista, ou pela natureza do local – natural, cultural ou histórica – que não necessita a estadia no local para garantir a frequência de turistas.

A cidade turística trata-se de

uma aglomeração urbana que acolhe uma importante atividade turística que pode apresentar duas formas espaciais: uma multiplicidade de locais integrados ao tecido urbano ou a exclusividade do turismo sobre uma parte do espaço urbano, geralmente o centro da cidade, o centro histórico (KNAFOU et al., 1997, p. 200).

Por sua vez, a estação turística “define-se pela primazia da atividade turística no lugar. Ela é criadora do lugar e ainda dominante. A estação caracteriza-se pela presença de uma população permanente, tornando-a um lugar de vivência” (KNAFOU et al., 1997, p. 200).

A feitoria turística é muito parecida, em termo de função, com a estação turística, mas com uma diferença fundamental, uma vez que essa também se define pela primazia da atividade turística, “[...] mas sendo um lugar criado *ex nihilo* para acolher os turistas por dois ou três dias, uma ou duas semanas. Ela caracteriza-se por uma banalização completa da capacidade de acolhimento” (KNAFOU et al., 1997, p. 200). A feitoria turística, devido a sua aparente artificialização do espaço geográfico do seu entorno, pode ser interpretada pelo conceito de pseudo-lugar de Cruz (2012), no qual sua principal função é criar para o turista um simulacro de visitação, que não necessariamente utilizam-se os elementos histórico-geográficos para atrair os turistas.

Podemos relacionar o potencial turístico de um lugar, em função do número de turistas por ano e do total de receitas geradas, em função da densidade TCI relacionada a o

turismo que o lugar possui, aumentando no mesmo movimento do processo de turistificação, transitando do local turístico à feitoria turística, tendo no conceito de lugar turístico como ferramenta para identificar o fenômeno do turismo no espaço geográfico.

### **ANÁLISE DO LUGAR TURÍSTICO PELO TERRITÓRIO USADO: uma proposta metodológica**

Compreender algum lugar turístico pela geografia é realizar uma análise situacional de um determinado momento no tempo e no espaço, tendo como premissa que um lugar turístico é aquele que possui uma função turística, ou seja, um território usado pelo turismo, que está diretamente relacionado com as formas, indissociadas de suas funções, que completam o seu sentido existencial do espaço geográfico, pois, o território usado são as formas e funções em ato, em outras palavras, o espaço geográfico no eterno movimento de realizar-se como tal. A primeira etapa do estudo geográfico do turismo é identificar onde e porque o turismo materializa-se num determinado ponto e momento do espaço geográfico, e não em outro ponto ou momento.

Concordamos com Boyer (2003) que nenhum lugar merece ser visitado a priori. Desta forma, a existência do turismo no lugar é resultado de um processo, cuja sua gênese está no evento que possibilitou as características emergenciais do lugar turístico. Para compreender a natureza do turismo no lugar é preciso passar pela fonte do evento, justamente as fontes de turistificação destacadas por Knafo (1996) – os turistas, o mercado e o Estado – que podem atuar isoladamente ou em conjunto na invenção do turismo no lugar e na forma que o território é usado.

Um lugar que tem na fonte de sua invenção o papel preponderante nos turistas geralmente é caracterizado pelas frentes pioneiras, um ponto de visitação pouco frequentado, onde a taxa de visitação tende a aumentar de acordo com o aparecimento gradativo dos primeiros turistas e sua consequente publicidade. Quando esta fonte tem como premissa o mercado, deve-se levar em consideração os investimentos do setor privado do turismo que convergem no lugar, pelo modo de produzir e modificar o espaço geográfico de acordo com os seus interesses. O Estado, por sua vez, tem como principal atuação na elaboração de políticas públicas com o intuito de desenvolver ou criar a atividade turística em um determinado lugar, principalmente na dotação de infraestrutura, possibilitando o incremento do fluxo e da hospedagem turística no território pretendido.

Ressalta-se que, as três fontes de turistificação podem estar relacionadas na origem do lugar turístico, podendo variar em nível de participação e articulação nesse processo.

O espaço geográfico enquanto totalidade em movimento a cada instante passa por transformações que criam novas formas e/ou refuncionalizam as antigas, evocando a sua qualidade não estática. Nesse sentido, no processo de produção do espaço pelo turismo essa premissa também é verdadeira, fazendo-se necessário identificar as transformações que um lugar sofreu ao longo do tempo a partir do surgimento da atividade turística. Para esta análise é preciso estabelecer uma periodização, essa, segundo Santos e Silveira (2001, p. 24), é realizada em períodos, que são “[...] pedaços de tempo definidos por características que interagem e asseguram o movimento do todo”.

O grande desafio de estabelecer a periodização consiste em elencar “[...] as variáveis-chave que, cada pedaço do tempo, irão comandar o sistema de variáveis, esse sistema de eventos que denominamos período” (SANTOS; SIVEIRA, 2001, p. 23). Destarte, a periodização do lugar turístico deve levar em consideração o território usado em cada momento, que deve utilizar como variáveis-chave a densidade TCI de cada período, bem como o papel desempenhado por cada fonte de turistificação.

Na perspectiva da *new geography*, a fase neopositivista da geografia, foi elaborada como metodologia de análise do fenômeno turístico no espaço geográfico uma periodização que tinha como variável a densidade técnica e econômica do lugar turístico. Porém, essa se dava em ciclos evolutivos, podendo indicar uma linearidade nos processos que incidiam na produção do espaço geográfico pelo turismo, entre esses trabalhos destacamos os artigos *Un modele de l'espace touristique* de Jean-Marie Miossec, publicado em 1977, e *The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources*, de Richard W. Butler, publicado em 1980 na revista *Canadian Geographer*, que, igualmente ao Miossec, também propõem um ciclo evolutivo para entender as dinâmicas socioespaciais dos destinos turísticos. Para Butler (1980, p. 6), essas “[...] carregam consigo as sementes de sua própria destruição, na medida em que se tornam mais comercializados perdem suas qualidades que originalmente atraíam turistas”.

No artigo de Miossec (1977), publicado na revista *Espace géographique*, em 1977, destaca que o custo, o tempo de deslocamento e de estadia explicam a localização dos espaços turísticos, distinguindo, dessa forma, os cinturões turísticos a partir das porcentagens e volumes turísticos dos centros emissores, do meio de transporte predominante e da duração da estadia. Partindo da afirmação que esses cinturões passam por transformações a partir das variáveis do clima, da história, da política e pelo papel

desempenhado pelos outros centros emissores de turistas, Miossec (1977) estabelece um modelo de evolução da estação turística, que permite desenhar uma síntese preliminar sobre o dinamismo do espaço turístico.

A estação turística, para Miossec (1977, p. 45),

pode ser definida como um complexo resultante da ação de três variáveis: a organização integrada (promotores de viagem e de férias, empresas de transporte turístico e tipo de demanda turística); o território receptor, prolongamento recreativo e cultural da estação, em que a economia e a sociedade turísticas são realizadas de acordo com suas ofertas e necessidades; uma característica específica, mais ou menos artificializada, mas que por meio da ação humana, pela animação e organização cria um ambiente específico.

Embora a análise da evolução das estações turísticas é realizada por modelos, Miossec (1977, 46) destaca que “as estações passam por várias fases, cada uma caracterizada por um crescimento quantitativo em ritmos variados, em seguida, por uma ruptura qualitativa”, no qual a estação passa por cinco fases evolutivas.

A primeira, a fase pré-turística, ou fase zero, o território serve de trânsito, não é visitado, ainda não é uma estação, pois, a demanda turística não conhece e não se interessa por esse território. A segunda etapa, a fase um, o turismo se manifesta timidamente, caracterizado pelo surgimento de uma estação pioneira, com pouca função turística no espaço. A estação pioneira serve para mostrar que a atividade turística é viável, iniciando em seguida a fase dois, onde as estações se multiplicam, com o surgimento de infraestrutura, mão de obra e aumento do volume de turistas.

A terceira é caracterizada como uma fase de organização, onde cada estação organiza o seu entorno de acordo com os serviços oferecidos, iniciando um processo de concorrência entre os serviços ofertados aos turistas. Na quarta fase tende à saturação, caracterizada por um sistema piramidal de estações hierarquizadas, onde a atividade turística está em todo o território, onde o que

[...] tinha sido percebido como ‘original’, ‘natural’, torna-se banal, dissolvido; o que atrai a partir de agora é o turismo em si, a “feira” do turismo, os mitos criados em torno deste território turístico, e não mais o território com as marcas dos habitantes que tradicionalmente o construíram (MIOSSSEC, 1977, p. 46).

Nesta fase evolutiva, segundo Miossec (1977), passa-se a vivenciar um período de crise em função da superpopulação e saturação da estação turística, resultando na evasão de certos tipos de turistas que procuram destinos turísticos ainda não saturados. O autor ainda cogita uma quinta fase evolutiva, marcada pela criação de novos meios de manter o dinamismo do território por meio “[...] excursões, esportes, culto ao sol, onde se tenta

ampliar o conhecimento e preservação dos diferentes gêneros de vida [...]” (*ibidem*, p. 46), como a redescoberta dos povos aborígenes ou autóctones, do artesanato tradicional, buscando uma autenticidade do lugar visitado para além da saturação encontrada na fase quatro.

Butler (1980), em seu artigo, propõe um ciclo de evolução das áreas turísticas composto por sete estágios: exploração; envolvimento; desenvolvimento; consolidação; estagnação; declínio e rejuvenescimento. O primeiro estágio, exploração, é caracterizado por um pequeno número de turistas. No estágio do envolvimento é caracterizado “[...] pelo início da instalação de infraestruturas principalmente ou até mesmo exclusivamente para os visitantes” (BUTLER, 1980, p. 7). Por sua vez, no estágio do desenvolvimento, “reflete uma área com o mercado turístico bem definido, construído, em parte, por publicidade massiva nas áreas geradoras de turistas. À medida que este estágio avança, o envolvimento local e o controle do desenvolvimento irão diminuir rapidamente” (*ibidem*, p. 8).

No estágio da consolidação começa o declínio da taxa do aumento do número de visitantes, porém, o número total continua aumentando, resultando em uma realidade que o número total de visitantes excede o número de residentes permanentes. Além disso, o grande número de visitantes e de instalações turísticas gera descontentamento entre os moradores residentes, principalmente entre os que não estão envolvidos na indústria do turismo (BUTLER, 1980).

Quando o número de visitantes atinge o pico, o destino turístico irá entrar no estágio da estagnação, onde os

níveis de capacidade para muitas variáveis serão alcançados ou excedidos, com problemas ambiental, social e econômico. O destino terá uma área bem estabelecida, mas não estará mais na moda. Haverá uma forte dependência de visitas repetidas e de convenções e formas similares de tráfico (BUTLER, 1980, p. 8).

Com o intuito de manter os níveis de visitação, as atrações turísticas originalmente naturais e culturais, na teoria de evolução de Butler (1980) serão, provavelmente, suplantadas por instalações artificiais, onde a imagem do centro turístico estará divorciada do seu meio geográfico. Mesmo com implantação de atrações artificiais, se o destino turístico não conseguir manter os níveis de visitação, o mesmo entrará no penúltimo estágio de Butler (1980), o declínio, onde a área não consegue mais competir com as novas atrações turísticas e enfrentará tanto declínio de seu mercado, quanto numérica e espacialmente.

A partir dos esforços combinados entre o governo e a iniciativa privada é possível que o destino turístico entre na última fase, do rejuvenescimento, mas, para Butler (1980), isso só será possível se houver uma transformação completa nas atrações pelas quais o turismo está estruturado. Elas podem ser atrações feitas pela atividade humana, como os cassinos em Atlantic City, ou a partir de recursos naturais inexplorados como o caso das “Cidades *spas* da Europa e do feriado de verão na cidade de Aviemore na Escócia que experimentou o rejuvenescimento, a reorientação pelo mercado dos esportes de invernos” (BUTLER, 1980, p. 9).

Quadro 1 – Comparativo entre o modelo de espaço turístico de Miossec e o ciclo de evolução de área turística de Butler

MIOSSEC		BUTLER	
Fase	Característica	Estágio	Característica
0- Pré-turística	O território serve de trânsito, não é visitado.	1- Exploração	Pequeno número de turistas.
1- Pioneira	Surgimento de uma estação pioneira, com pouca função turística no espaço, serve para mostrar que a atividade turística é viável.	2- Envolvimento	Início da instalação de infraestruturas para os visitantes.
2- Multiplicação	Aumento do número de estações, de infraestrutura, mão de obra e do volume de turistas.	3- Desenvolvimento	Mercado turístico bem definido; publicidade massiva nas áreas geradoras de turistas.
3- Organização	Processo de concorrência entre as estações pelos serviços ofertados aos turistas.	4- Consolidação	Número de total de visitantes excede o número de residentes permanentes;
4- Saturação	Sistema piramidal de estações hierarquizadas, crise em função da superpoluição e saturação da estação turística, evasão de certos tipos de turistas que procuram destinos turísticos ainda não saturados.	5- Estagnação	O destino terá uma área bem estabelecida, mas não estará mais na moda. Haverá uma forte dependência de visitas repetidas e de convenções e formas similares de tráfico;
5- Reestruturação	Novos meios de manter o dinamismo do território por meio de excursões, esportes e redescoberta da cultural local.	6- Declínio	não consegue mais competir com as novas atrações turísticas e enfrentará declínio de seu mercado.
		7- Rejuvenescimento	Transformação completa nas atrações que podem ser feitas pela atividade humana ou a partir de



			recursos naturais inexplorados.
--	--	--	------------------------------------

Fonte: Adaptado de Miossec (1977) e Butler (1980).

Sobre esses modelos para análise das áreas de destino turístico, Krakover (2002, p. 25-26) destaca que “o modelo da Miossec assume implicitamente uma relação entre o crescente número de atrações, melhorias no transporte e o aumento da demanda”, enquanto o modelo de Butler “prevê aumento da demanda em paralelo com o aumento dos investimentos na atratividade da área do centro turístico”. Apesar das diferenças entre os dois modelos pode-se estabelecer paralelos entre os autores, conforme demonstramos no Quadro 1, em que a transformação de um dado espaço geográfico pelo turismo se dá por meio de uma evolução linear, indo de um momento inicial com uma atividade turística rarefeita, passando por aumento gradativo até chegar ao ápice do desenvolvimento da atividade, passando, na sequência, pelo seu declínio, podendo ou não ser seguido de uma reestruturação, para Miossec (1977), ou rejuvenescimento, para Butler (1980), iniciando dessa forma o ciclo evolutivo das transformações socioespaciais pelo turismo.

Embora os modelos propostos por Miossec (1977) e Butler (1980) sejam relevantes para estabelecermos como referência na construção da periodização do lugar turístico a partir das variáveis-chave técnica e econômica, ressaltamos que os processos de produção do lugar turístico não ocorre de modo linear, podendo uma fase vir antes da outra, ou um determinado lugar turístico nunca atingir determinada fase. Nesse ponto, insistimos na categoria do território usado, pois, a análise feita de cada periodização do lugar permite compreender o processo evolutivo de uma área turística, mesmo que esse não seja realizado de modo linear.

A partir da delimitação do processo evolutivo do lugar turístico em períodos é possível analisar turismo a partir da classificação de cada etapa evolutiva, de acordo com a proposta elaborada por Knafou et al. (1997), elencando como variável os equipamentos turísticos materializados no lugar, ou seja, objetos técnicos que possuem relação direta na função turística do lugar, como os estabelecimentos de hospedagem, restaurantes e bares, guias turísticos e, também, a infraestrutura relacionada ao deslocamento, como aeroportos, rodoviárias, estações de trem, portos e vias de acesso em geral.

No Brasil, os municípios são classificados pelo Ministério do Turismo de modo semelhante, que a partir das variáveis-chave de densidade TCI estabelece o Mapa do Turismo Brasileiro, um instrumento para a sua regionalização, que elenca as seguintes variáveis para a sua classificação:

I – número de estabelecimentos formais cuja atividade principal é hospedagem (Relação Anual de Informações Sociais – RAIS/Ministério do Trabalho e Emprego);  
II – número de empregos formais no setor de hospedagem (Relação Anual de Informações Sociais – RAIS/Ministério do Trabalho e Emprego);  
III – estimativa de turistas a partir do Estudo de Demanda Doméstica (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE/Ministério do Turismo);  
e IV – estimativa de turistas a partir do Estudo de Demanda Internacional. (BRASIL, 2015, p. 1).

Os municípios brasileiros que possuem atividade turística são classificados em cinco diferentes categorias: A, B, C, D e E, sendo a última a que possui os menores índices nas variáveis indicadas. Dos 5.561 municípios brasileiros, 3.285 estão presentes no mapa do turismo do Brasil em 2018 (MINIESTÉRIO DO TURISMO, 2018), distribuídos de acordo com a Tabela 1:

Tabela 1 – Distribuição dos municípios no mapa do turismo 2018

Categoria	A	B	C	D	E	Total
Nº de casos	57	179	539	1961	549	3.285
% de casos	1,74%	5,45%	16,4%	59,7%	16,7%	100%

Fonte: MINISTÉRIO DO TURISMO (2018).

A partir do Mapa do Turismo podemos estabelecer que, quanto maior a concentração de objetos técnicos relacionados ao turismo de um município, maior será a sua densidade técnica neste município relacionada à atividade do turismo, de acordo com a classificação de Knafou et al. (1997), servindo como ferramenta inicial para o pesquisador identificar o fenômeno do turismo no lugar, podendo ir de um território pouco ou parcialmente usado pelo turismo a um território onde o seu uso e existência estão diretamente relacionados ao turismo.

O principal objetivo do Mapa do Turismo é “subsidiar a tomada de decisões estratégicas da gestão pública e orientar a elaboração e implementação de políticas específicas para cada categoria de municípios, de modo a atender suas especificidades, a partir do desempenho da economia do turismo” (BRASIL, 2015, p. 1).

Porém, destacamos que a análise geográfica do fenômeno do turismo no lugar deve ir além da perspectiva desenvolvimentista de que o turismo pode trazer para o território. É preciso considerar que o território usado pode ocorrer de modo contraditório, de acordo com os interesses dos agentes envolvidos, pois, a forma que comerciantes informais utilizam a faixa de areia é diferente dos interesses dos grandes hotéis instalados nesta mesma orla ao usar o território. Embora estejam atuando no mesmo lugar, muitas vezes

atendendo os mesmos clientes, que são os turistas que estão visitando o lugar turístico, a lógica de existência entre eles é diferente. Enquanto os primeiros estão focados em garantir sua sobrevivência, os últimos entram na lógica do grande capital, tendo a atividade do turismo como um meio de reprodução de riqueza.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para estudar o fenômeno do turismo pelo viés geográfico não se trata de criar uma nova ciência geográfica ou contribuir para um cenário em que se tenha “[...] tantas geografias quanto geógrafos” (SANTOS, 2012a, p. 18), mas sim, entender o turismo enquanto uma variável complexa que produz e reproduz o espaço geográfico. Nesse sentido, nos esforçamos a partir de nossa interpretação da Geografia Nova de Milton Santos para construir um instrumental metodológico para analisar o papel do turismo na produção do espaço geográfico em um dado momento do tempo, reforçando que “a geografia é a ciência do espaço e o turismo concretiza-se nos espaços geográficos. Por meio dela, pode-se entender melhor as singularidades dos lugares em que se vive e onde se faz turismo [...]” (CORIOLANDO; SILVA, 2005, p. 21).

O primeiro passo está relacionado em identificar os elementos que compõem o lugar turístico, tanto no que diz respeito a sua origem quanto a sua atual configuração territorial; depois estabelecer os nexos relacionais desse lugar com a totalidade do espaço geográfico. Para isso, partindo da identificação do evento, que traz ao lugar a emergência do turismo com a invenção/produção do lugar turístico, que tem sua origem associada aos turistas, ao Estado e ao Mercado. A partir da existência do lugar turístico, um lugar onde existe formas e funções associadas ao fenômeno do turismo, é possível classificar esse lugar a partir de sua densidade TCI, que fazendo um diálogo entre Santos e Knafou et al., podemos classificar os lugares com menor ou maior densidade, respectivamente o local turístico, cidade turística, estação turística e a feitoria turística. A passagem de um nível de densidade para outro, ou da hierarquia do lugar turístico, não ocorre de modo linear e contínuo, como nos modelos de Miossec (1977) ou Butler (1980), podendo ocorrer em escala e intensidade diferentes em cada lugar. Por isso a necessidade de considerar o evento por trás da invenção dos lugares turísticos, e, por fim, por meio da categoria analítica do território usado podemos apreender o espaço geográfico em ato, ou seja, nexos relacional que esse lugar turístico desempenha com a totalidade do espaço geográfico, permitindo

entender a singularidade de cada lugar, identificar aquilo que Milton Santos chamou de a força do lugar.

Desta forma, o lugar turístico é o conceito geográfico que permite identificar a materialização do turismo no espaço geográfico e o território usado a categoria analítica que permite apreender turismo no espaço. A análise geográfica do turismo deve levar em consideração as relações contraditórias entre os agentes que atuam na produção do lugar turístico que desvelam uma realidade complexa nos territórios onde há sua presença.

## REFERÊNCIAS

ALMADA, José Alexandre Berto de. **Situações geográficas em movimento nas praias da Área de Proteção Ambiental de Jenipabu**: das ideologias ambientais ao território usado pelo circuito inferior do turismo. 2015. Dissertação (Mestrado em Geografia), Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2015.

BOYER, Marc. **História do turismo de massa**. Bauru: EDUSC; Salvador: EDUFBA, 2003.

BRASIL. **Portaria Nº 144**. Estabelece a categorização dos municípios pertencentes às regiões turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, definido por meio da Portaria MTur nº 313, de 3 de dezembro de 2013, e dá outras providências. 27 ago. 2015.

BUTLER, Richard. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. **Canadian Geographer**, v. 24, n. 1, p. 5-12, 1980.

CORIOLANDO, Luzia Neide Menezes Teixeira; SILVA, Sylvio C. Bandeira de Mello e. **Turismo e Geografia**: abordagens críticas. Fortaleza, Ed. UECE, 2005.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Políticas de Turismo e (re)ordenamento de territórios no litoral do Nordeste do Brasil**. 1999. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

\_\_\_\_\_. **Geografias do Turismo**: de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Roca, 2012.

DANTAS, Aldo. Geografia e epistemologia do sul na obra de Milton Santos. **Mercator**, Fortaleza, v. 13, n. 3, p. 49-61, set./dez. 2014.

\_\_\_\_\_. Circuito espacial de produção e lugar. **Sociedade e Território**, Nata, v. 28, n. 1, p. 193-199, jan./jun. 2016.

ÉQUIPE MIT. **Tourisme 2**: Moments de lieux. Paris: Belin, 2005.

\_\_\_\_\_. **Tourisme 1**: Lieux touristique. Paris: Belin, 2008.

KNAFOU, Rémy. L'invention du lieu touristique: la passation d'un contrat et le surgissement simultané d'un nouveau territoire. **Revue de géographie alpine**, tome 79, n. 4, p. 11-19, 1991.

\_\_\_\_\_. Turismo e território. Para um enfoque científico do turismo. In: RODRIGUES, Adyr A. Balastri (Org.). **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 62-73.

KNAFOU, Rémy [et al.]. Une approche géographique du tourisme. **Espace géographique**, tome 26, n. 3, p. 193-204, 1997.

KRAKOVER, Shaul. Time dimension and tourism development in Peripheral Areas. In: KRAKOVER, Shaul; GRADUS, Yehuda (Org.). **Tourism in Frontier Areas**. Lanham: Lexington Books, 2002. p. 21-37.

MARÍN, Raúl Gómez; JIMÉNEZ, Javier Andrés. De los principios del pensamiento complejo. In: VELILHA, Marco Antonio (Org.). **Manual de iniciación pedagógica al pensamiento complejo**. Bogotá: Instituto Colombiano de Fomento de la Educación Superior, 2002.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Categorização dos municípios das regiões turísticas do mapa do turismo brasileiro**. Disponível em: <[http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/pdf/RelatorioCategorizacao\\_2018.pdf](http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/pdf/RelatorioCategorizacao_2018.pdf)>. 2018. Acesso em : 18 jun. 2018.

MIOSSEC, Jean-Marie. Un modèle de l'espace touristique. **Espace géographique**, tome 6, n. 1, p. 41-48, 1977.

MORIN, Edgar. **El método I**. La naturaleza de la naturaleza. Madrid: Cátedra, 1981.

SANTOS, Milton. La totalité du diable. In: LÉVY, Jacques (Org.). **Milton Santos: philosophe du mondial, citoyen du local**. Itália: Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, 2007. p. 91-102.

\_\_\_\_\_. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo. Razão e Emoção**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2012a.

\_\_\_\_\_. **Da totalidade ao Lugar**. São Paulo: Edusp, 2012b.

\_\_\_\_\_. **Metamorfose do espaço habitado**. São Paulo: Edusp, 2012c.

SANTOS, Milton; Silveira, Maria Laura. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SILVEIRA, Maria Laura. Da fetichização dos lugares à produção local do turismo. In: RODRIGUES, Adyr Balastri (Org.). **Turismo. Modernidade. Globalização**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2002. p. 36-45.