

ESPAÇO, ECONOMIA E TURISMO

SPACE, ECONOMY AND TOURISM
ESPACIO, ECONOMÍA Y TURISMO

<https://doi.org/10.26895/geosaberes.v11i0.956>

JORGE MARTINS FILHO¹

¹ Professor Doutor da Universidade Estadual do Piauí – UESPI. Centro de Ciências Humanas e Letras – CCHL Campus Poeta Torquato Neto. CEP: 64002-150 – Teresina (PI) e Universidade Estadual do Maranhão – UEMA – Centro de Estudos Superiores de Caxias – CESC. CEP: 65000-600 – Caxias (MA), Tel.: (+55 86) 32137340 – jmartinsf@gmail.com, <http://orcid.org/0000-0003-1174-2010>

Histórico do Artigo:
Recebido em 09 de Abril de 2020.
Aceito em 10 de Outubro de 2020.
Publicado em 10 de Outubro de 2020.

RESUMO

Este artigo apresenta a capacidade do turismo de se revelar como atividade qualificada para efetuar a inserção e a reabilitação econômica de espaços deprimidos. Neste sentido, temos como objetivo compreender as possibilidades de transformações do espaço geográfico em função da introdução e desenvolvimento dos serviços ligados ao turismo. Foram utilizados para a pesquisa bibliográfica autores que desenvolvem produção científica nas áreas do turismo, economia e geografia. A utilização da ciência geográfica se faz necessária a partir do entendimento desta ciência como a responsável por aprofundar em seu objeto de estudo, o espaço social, a relação entre sociedade e natureza. De forma planejada e por meio de estratégias voltadas para o crescimento econômico, o espaço é transformado em palco de ações que reforçam seu caráter imaginário, onde tudo está relacionado à condição de mercadoria.

Palavras-chave: Sociedade e turismo. Impactos socioculturais. Planejamento estratégico.

ABSTRACT

This paper presents the ability of tourism to reveal itself as a qualified activity to perform the insertion and economic rehabilitation of depressed spaces. In this way, we aim to understand the possibilities of transformation in the geographical space because of the introduction and development of services related to tourism. It was used for bibliographic research authors who develop scientific production in the areas of tourism, economy and geography. The use of geographical science is necessary from the understanding of this science as responsible for deepening in its object of study, the social space, the relationship between society and nature. In a planned way and through economic growth strategies, space is transformed into stage of actions that reinforce their imaginary character, where everything is related to the condition of merchandise.

Keywords: Society and tourism. Sociocultural impacts. Strategic planning.

RESUMEN

Este artículo presenta la capacidad del turismo de revelarse como actividad calificada para efectuar la inserción y la rehabilitación económica de espacios deprimidos. En este sentido, tenemos como objetivo comprender las posibilidades de transformaciones del espacio geográfico en función de la introducción y desarrollo de los servicios asociados al turismo. Fueron utilizados para la investigación bibliográfica autores que desarrollan producción científica en las áreas del turismo, economía y geografía. La utilización de la ciencia geográfica se hace necesaria a partir de la comprensión de esta como la responsable por profundizar en su objeto de estudio, el espacio social, la relación entre sociedad y naturaleza. De forma planeada y a través de estrategias orientadas hacia el crecimiento económico, el espacio se transforma en escenario de acciones que refuerzan su carácter imaginario, donde todo está relacionado a la condición de mercancía.

Palavras clave: Sociedad y turismo. Impactos socioculturales. Planificación estratégica.

INTRODUÇÃO

A capacidade do fenômeno turístico em organizar o espaço geográfico possibilita, de fato, que a Geografia se interesse pelo turismo, por se preocupar em analisar e interpretar o espaço social, para compreender sua estruturação e os processos que o engendram.

O turismo ocupa lugar de destaque na economia mundial. Tem obtido excelentes resultados no mercado internacional de bens e serviços, e se apresenta como alternativa de desenvolvimento socioeconômico. É considerado, em parte, responsável pelas movimentações econômicas que levam o poder público a promover o controle e o planejamento das atividades turísticas assim transformadas em ferramenta de reordenação espacial.

Alguns espaços são reordenados a partir de uma funcionalidade comandada pelo turismo. Implantam-se novos equipamentos e infraestruturas voltados a atender à demanda turística.

Com a introdução, pois, da atividade turística, estaríamos diante de um vetor de reorganização do espaço que envolve a administração pública e o setor privado, responsáveis pela seleção dos espaços, promoção das atividades e investimentos em infraestrutura e equipamentos turísticos que constituem a base material da dinâmica e das relações espaciais vinculadas ao desenvolvimento do turismo.

Assim, o propósito maior deste texto é compreender as possibilidades de transformações do espaço geográfico em função da introdução e desenvolvimento dos serviços ligados ao turismo.

Neste contexto de realização da pesquisa, a reflexão teórica tem papel importante, fundamental, ainda mais se aliada a um conjunto de procedimentos que inclui a utilização de técnicas e procedimentos próprios. Diante disso, tornou-se necessária a articulação entre os estudos teóricos e a realidade socioeconômica dos lugares.

Adotamos neste trabalho a pesquisa explicativa que para Gil (2008), pode identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos. É o tipo que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas.

Quanto aos procedimentos técnicos a utilização da pesquisa bibliográfica se justifica pelo seu desenvolvimento com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. E ainda, pela pesquisa documental por se valer de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa (GIL, 2008).

Portanto, quanto ao objeto da pesquisa explicativa, neste caso, possibilita a compreensão das dimensões sociais, aí inclusas as implicações sociais e culturais do turismo. Nessas abordagens se enfatiza o estudo dos fenômenos em seu ambiente de origem, com a consequente valorização do significado que as pessoas lhes atribuem, como forma de humanização dos problemas.

Em vista disso, para a construção das bases teóricas e conceituais, adotamos instrumentos de pesquisa como análise documental e bibliográfica.

Assim, em *Espaço, Economia e Turismo*; buscamos promover uma reflexão, de caráter teórico, sobre as características da produção do espaço geográfico a partir da valorização do turismo e do desenvolvimento de novas técnicas, considerando as implicações sociais e econômicas.

O ESPAÇO GEOGRÁFICO

Compreender a produção do espaço do turismo exige reflexões sobre a concepção de espaço geográfico e o desenvolvimento deste conceito-chave da Geografia.

A base teórica que fundamenta nossa análise fundamenta-se na concepção de espaço geográfico e suas categorias analíticas. São essas categorias que permitem entender melhor a relação ente espaço, economia e turismo.

Santos (1997a, p. 51), menciona o espaço geográfico “como um conjunto indissociável e contraditório [...] de sistemas de objetos e de ações”, apresentando em uma concepção dinâmica e unitária, para que possamos ligar as ações humanas ao resultado da materialidade espacial.

Para o citado autor, os sistemas de objetos não funcionam e não têm realidade filosófica, ou seja, não permitem conhecimentos se forem vistos separados dos sistemas de ações.

Da mesma maneira, os sistemas de ações também não se dão sem os sistemas de objetos, pois, segundo Santos (1997c, p. 90-91):

O espaço é hoje um sistema de objetos cada vez mais artificiais, povoados por sistemas de ações igualmente imbuídos de artificialidade, e cada vez mais tendentes a fins estranhos ao lugar e a seus habitantes. Neste nosso mundo se estabelece, por isso mesmo, um novo sistema da natureza, uma natureza que, graças exatamente ao movimento ecológico, conhece o ápice de sua desnaturalização. [...] Hoje, esses sistemas de objetos tendem, em primeiro lugar, a ser um sistema de objetos concretos, isto é, objetos que se aproximam cada vez mais da natureza e buscam imitar a natureza. São, também, objetos cujo valor vem de sua eficácia, de sua contribuição para a produtividade da ação econômica e de outras ações. São objetos [...] surgidos para atender às necessidades das ações hegemônicas.

Sendo uma convergência de objetos e ações, o espaço está em um constante processo de movimento, abrindo uma multiplicidade de sentidos.

Os sistemas de informações transformam os espaços para que se tornem funcionais, e isso faz que os objetos deixem de ser naturais e passem a ser técnicos.

O espaço, por meio dessas artificialidades que são próprias da criação do homem sobre a superfície terrestre, desenvolve uma natureza socializada a partir da produção de modelos de transporte, empreendimentos da rede hoteleira, construção de portos, aeroportos, objetos que são disponibilizados para o desenvolvimento da demanda turística e servem como elementos de análise da geografia por passar a compor, em nosso entendimento, os fixos e fluxos (SANTOS, 2012a).

Para acompanhar uma constante e insaciável produção de objetos, as pessoas necessitam adaptar-se à nova realidade e consumi-la, o que as torna desconhecedoras dessa realidade, mas também faz que aprendam diariamente, pois as inovações são modificadas de forma rápida.

Os objetos surgem cobertos por funcionalidades dentro do sistema condicionando a vida, o espaço e a produção dos sentidos. Praias que antes eram privilégios de certas regiões passam a existir em outros lugares, produzidas artificialmente.

O espaço deve ser analisado a partir “de sua relação com a sociedade, pois é esta que dita à compreensão dos efeitos dos processos [...] e especifica as noções de forma, função e estrutura, elementos fundamentais para a nossa compreensão da produção de espaço” (SANTOS, 2012b, p. 67).

O espaço deve ser sempre pensado nesses aspectos que, ao se relacionarem, fazem-no de forma dialética, materializando a totalidade social. O espaço é visto como produto e produtor, condição e meio de reprodução das relações sociais.

Para Santos (1986, p. 122),

o espaço deve ser considerado como um conjunto de relações realizadas através de funções e de formas que se apresentam como testemunho de uma história escrita por processos do passado e do presente. Isto é, o espaço se define como um conjunto de formas representativas de relações sociais do passado e do presente e por uma estrutura representada por relações sociais que estão acontecendo diante dos nossos olhos e que se manifestam através de processos e funções.

O sentido do pensamento de Milton Santos sobre as formas espaciais fica explicado quando pontua que a forma representa o aspecto visível dos objetos e oportuniza a todos

entender o contexto histórico-social de sua criação. Por ser reflexo de determinado “momento” social, o espaço pode ser suprimido, modificar-se em sua forma ou em seu valor, mas sempre com o objetivo de atender às transformações sociais, em um dinamismo que reflete uma resposta à dinâmica da organização social.

A função expressa a atividade desenvolvida pela sociedade em um dado momento do processo espacial, ou seja, a tarefa assumida pela forma. Formas espaciais podem, com o transcorrer do tempo, obter novas funções e, dessa maneira, podem ser revitalizadas para uma nova utilização.

Com isso, a categoria estrutura não pode estar dissociada das categorias descritas, pois representa a inter-relação das diversas partes do todo, isto é, a estrutura, ao ser analisada de maneira inseparável com a noção de totalidade espacial, possibilita juntamente com as outras categorias – função e forma – compreender os processos históricos, entendendo que isso se faz, segundo Santos (1997b), de forma dialética e concreta.

O processo, também inseparável das demais categorias, representa a alteração e “movimentos da totalidade social modificando as relações entre os componentes da sociedade, [...] incitam a novas funções, [...] as formas geográficas se alternam ou mudam de valor; e o espaço se modifica para atender às transformações da sociedade.” (SANTOS, 1997b, p. 38).

Para o turismo, a análise mais atual diz respeito à possibilidade de formas antigas e modernas conviverem no mesmo espaço e representarem tempos diferentes, os quais são concebidos como tempo social, ou seja, o tempo em que a sociedade escreve seus processos históricos mediante ações diferenciadas sobre o espaço.

A forma permite detectar os mais diferentes contrastes na produção do espaço, deixando ver a ideia do moderno e do antigo, que passam a ser utilizados como espaço turístico onde se percebem com clareza momentos diferentes de uma sociedade que produz espaço.

Pensemos desse âmbito nas ruas estreitas e enladeiradas de algumas cidades brasileiras convivendo com os viadutos e túneis, os antigos casarões das áreas centrais, muitas vezes transformados em cortiços, que convivem com condomínios de luxo. São exemplos de uma totalidade espacial que somente a análise dos processos permite compreender. Para o turismo, tais formas espaciais adquiridas em diferentes momentos dos processos sociais funcionam como atrativo para o consumo do espaço.

Na produção do espaço, a noção de paisagem – parcela do espaço percebida pelos sentidos do observador – é valorizada e se transforma em um atrativo na atividade turística.

As paisagens, assim como o espaço, resultam da materialidade social e das dinâmicas naturais, para Harvey (1994, p.201),

[...] a história da mudança social é em parte apreendida pela história das concepções de espaço e de tempo, bem como dos usos ideológicos que podem ser dados a essas concepções. Além disso, todo projeto de transformação da sociedade deve apreender a complexa estrutura da transformação das concepções e práticas espaciais e temporais.

Destarte, as diferentes dimensões interdependentes que possuem as práticas espaciais se mostram em frequente relacionamento, recebendo variações em sua dimensão e, a depender da orientação das relações sociais, poderão resultar em novo uso e significado do espaço.

Para Castells (2001, p. 33), as práticas sociais são estruturadas em relações de produção, que

é a ação da humanidade sobre a matéria (natureza) para apropriar-se dela e transformá-la em seu benefício, na experiência dos sujeitos humanos sobre si mesmos, determinada pela interação entre as identidades biológicas e culturais desses sujeitos em relação a seus ambientes sociais e naturais e no poder entre sujeitos humanos que, com base na produção e na experiência, impõe a vontade de alguns sobre os outros pelo emprego potencial ou real de violência física ou simbólica.

Os momentos históricos apresentam seus sistemas econômicos que influenciam tais práticas sociais, constituindo ações preponderantes que variam em sua influência, de acordo com as características e resistências do lugar.

Nossa preocupação em considerar uma análise do sistema técnico capitalista em seu momento atual, suas práticas e reflexos espaciais, bem como sua influência no espaço estudado e uma análise dessas influências ao plano do lugar, abre caminho para uma discussão a respeito da atuação do capitalismo na produção do espaço.

Com essa concepção, Santos (1997b, p. 38) afirma que “a paisagem é o resultado de uma acumulação de tempos. Para cada lugar, cada porção do espaço, essa acumulação é diferente”. A paisagem apresenta a todos nós o testemunho de formas espaciais que resistem (ou não) às transformações dos modos de produção.

Esta atuação do espaço reflete o funcionamento da dinâmica do capitalismo em seu estágio atual, por produzir uma ocupação no espaço, que reflete o funcionamento da dinâmica de acumulação, organização do território e montagem de um sistema de lugares interligados pela divisão do trabalho.

ECONOMIA, AVANÇO TECNOLÓGICO E MÃO DE OBRA

Apontamos como característica fundamental do capitalismo a produção contínua de mercadorias, mediante trabalho assalariado, e a preservação das condições necessárias para o funcionamento do mercado.

O Estado pode aí encontrar-se presente de forma direta na regulação da produção em economias sob o intervencionismo estatal e de forma indireta, quando associado aos demais agentes hegemônicos, para dinamizar as atividades econômicas.

Mesmo o mercado organizando uma parte significativa da produção social, nem tudo é produzido enquanto valor de troca. Isso, como consabido, relaciona-se aos estágios do capitalismo.

A produção com valor de uso está presente necessariamente na infraestrutura espacial – ambiente edificado juntamente com as normatizações institucionais direcionadas para uma regulação segura da relação existente entre o salário pago e o capital gerado, todas “adotadas” pelas ações do Estado.

O espaço, preservado ou modificado pela ação humana, é o principal produto vendido pelo turismo. Com o seu desenvolvimento, outras atividades econômicas movimentam-se para compor o espaço econômico. Setores da economia que consomem espaços em suas formas de produção provocam diversos efeitos que se refletem no meio natural.

Essas transformações provocadas, seja pela abertura de novas frentes de produção e consumo, seja pelo avanço tecnológico, resultam no consumo dos novos espaços de turismo que, segundo Rodrigues (1999), dá-se através da transformação de objetos naturais em objetos sociais.

A dialética homem/natureza sempre esteve na base do processo de desenvolvimento e transformação das sociedades humanas. Lefebvre (1974) demonstra a necessidade de se considerar o espaço como um dos aspectos fundamentais da “natureza segunda”, resultado da prática social sobre a base material que constitui a “natureza primeira”.

O intercâmbio entre homem e natureza não pode referir-se exclusivamente a um homem, mas a um membro de determinada sociedade que desenvolve determinadas relações sociais.

Segundo Moraes (2005, p. 74), Marx ironiza a situação especial vivida por Robinson Crusóé, ao destacar que “o relacionamento do homem com seu ambiente é equacionado no bolo de relações sociais historicamente determinadas.” Portanto, considerando a abordagem de Marx, as relações entre sociedade e natureza estariam focadas na maneira como determinada sociedade se organiza para o acesso e uso dos recursos naturais.

Ao desenvolver suas ações sobre a natureza, o trabalho produz não apenas uma simples mudança nas formas da matéria, mas, também, um efeito simultâneo sobre o trabalhador. Na concepção marxista, a relação do homem com a natureza é sempre dialética: o homem, ao criar formas na natureza, é moldado ao mesmo tempo por ela.

Para Bernardes e Ferreira (2010, p.19),

Nesse processo a natureza se humaniza e o homem se naturaliza, estando a forma historicamente determinada em cada situação. Nesse nível, a troca material é uma relação do valor de uso e, desse modo, a natureza entra em relação com os seres humanos. O fato de o homem viver da natureza tem um sentido biológico, mas, principalmente, social.

Dessa ótica, nas atividades por meio das quais o homem desenvolve seu trabalho para a transformação da natureza, ele cria formas espaciais, seja por meio da produção industrial seja pela produção do espaço para o turismo.

A diferenciação entre o turismo e atividades econômicas que geram emprego e renda, como a industrialização, reside na forma como ocorre o consumo do espaço. O primeiro agrega valor ao espaço a ponto de propor a conservação e ordenação dos bens comuns, enquanto a industrialização procura consumir esse mesmo espaço sem nem mesmo esboçar atitude de recuperação da área afetada.

Santos (1997c) considera a existência de dois tipos de consumo do espaço, o consumo *consumptivo* e o consumo *produtivo*. O primeiro é o que se esgota em si mesmo e o segundo consome produzindo. Nesses tipos de consumo, o primeiro desgasta o meio natural à medida que retira dele tudo o que for possível e viável e o segundo busca consumir e produzir ao mesmo tempo, objetivando a garantia de possível sustentabilidade do meio envolvido.

Em relação aos espaços do turismo, arriscamos afirmar uma superposição dos efeitos dos dois tipos de consumo, pois nos novos espaços de turismo, particularmente nas áreas de reservas de biodiversidade, consome-se destruindo e produzindo.

Nas características gerais da produção capitalista, é destacável sua capacidade de produzir rupturas e mudanças nas formas de produção do espaço, sem que necessariamente ocorram ao mesmo tempo, na mesma intensidade e nem em todos os lugares.

De acordo com Bresser-Pereira (2011, p. 177-178),

O desenvolvimento econômico – a melhoria dos padrões de vida através da acumulação de capital com incorporação de novas tecnologias passa a fazer parte da lógica do sistema e uma condição de sua sobrevivência. [...]. A luta pela justiça social ou pela diminuição das desigualdades econômicas alcança resultados ainda que modestos. A proteção do ambiente passa a fazer parte da agenda global e da maioria das agendas nacionais.

As transformações possibilitadas por mudanças estruturais na formação da sociedade capitalista conduzem ao surgimento de novos valores econômicos e sociais, o que certamente viabiliza a expansão do modo de produção capitalista para a periferia do mundo. Esse comportamento está, e sempre esteve respaldado pelo objetivo maior do sistema: o de ampliar espacialmente os processos de exploração em busca do seu fortalecimento e de fixação de suas raízes.

As sociedades, ao estabelecerem contatos entre si, passam a trocar informações, técnicas e culturas. Em determinados períodos históricos, por exemplo, as grandes navegações e as expansões imperialistas, aceleraram esses contatos, permitindo a expansão de civilizações, principalmente a europeia. A ampliação dos lucros com a obtenção de novos mercados, locais de investimentos e fontes de matérias-primas, oportunizou a globalização.

O processo de globalização produziu maior aceleração na transmissão de informações, hábitos e técnicas que, no passado, levavam anos ou décadas para se disseminarem pelos continentes.

Este processo se faz sentir não somente na esfera da economia, mas também na globalização da informação, dos padrões culturais e de consumo. nesse período,

[...] cria-se [...] um novo conjunto de redes informacionais, dentre os quais a internet é o exemplo mais expressivo [...]. Começa assim a ser forjada, ao lado de uma globalização econômico-financeira, uma espécie de “cultura global” pautada na cibernética e nas múltiplas conexões que ela permite ativar [...]. A construção de uma “memória internacional popular” traduziria o “imaginário das sociedades globalizadas”, onde a mídia e as grandes empresas tornam-se agentes preferenciais, fornecendo novas referências culturais para a identidade social através da esfera como o lazer [...], o vestuário [...] e a alimentação [...]. (HAESBAERT, 1998, p. 18-20).

A globalização passa, então, a ser entendida a partir das alterações ocorridas na economia, cultura, comércio e sociedade; mudanças que aproximam as relações entre os países e os sistemas produtivos, com a consequente uniformização global de padrões econômicos e culturais.

Por se tratar de um processo em curso, comandado por grandes empresas transnacionais que buscam a abertura de novos mercados, podemos afirmar que nem todos os países se inserem nesta economia global em um mesmo ritmo.

Para Santos (2001), a globalização está relacionada ao ponto mais extremo do processo de internacionalização do capitalismo e, quando esse processo entra em crise, em face da modificação nas relações entre capital e trabalho, passa a visar a uma ampliação dos níveis de acumulação, as variáveis que foram responsáveis pela construção do sistema se apresentam em constante choque, o que exige novos arranjos.

Santos (2001) observa ainda que o chamado meio técnico científico-informacional se apresenta de forma ampla em relação a sua atuação no território, passando a refletir condições sociais e técnicas de momentos históricos que se apresentam cada vez mais artificiais.

Nesses momentos, a fragmentação do processo produtivo e as transações financeiras em nível internacional crescem exponencialmente, e criam uma interdependência na condução das políticas monetárias de muitas nações. O baixo custo de mão de obra, aliado à maior disponibilidade dela e à facilidade de entrada e saída de capitais, favorece a disseminação do processo de globalização para a periferia do mundo capitalista.

Acentuada a partir desses fatos, a crise do sistema capitalista vai de encontro à perspectiva histórica e apresenta a globalização como a forma mais concreta de se obter vantagens socioeconômicas para os países periféricos. Santos (2001, p. 17) deixa isso claro quando se refere ao mundo como,

confuso e confusamente percebido. [...] De um lado, é abusivamente mencionado o extraordinário progresso das ciências e das técnicas, das quais um dos frutos são os novos materiais artificiais que autorizam a precisão e a intencionalidade. De outro, há, também, referência obrigatória à aceleração contemporânea e todas as vertigens que cria, a começar pela própria velocidade. Todos esses, porém, são dados fabricados pelo homem, cuja utilização, aliás, permite que o mundo se torne confuso e confusamente percebido. [...].

A utilização do conceito de “globalização” possibilitou análises distorcidas sobre as transformações ocorridas e, de certa maneira, ocultou a origem do processo responsável por promover forte impacto sobre a divisão internacional do trabalho, sobre a produção industrial mundial, os níveis de emprego, as economias nacionais e, por consequência, sobre o espaço geográfico. Na periferia do sistema econômico mundial, esses impactos se acompanhavam da justificativa da necessidade de privatizar as empresas estatais, “abrir” a economia para permitir uma maior competitividade e limitar a ação estatal.

Para Carlos (2004), seguindo Lefebvre, o século XX foi de grandes modificações na qualidade da produção. Antes se produziam coisas e objetos e, a partir dos anos de 1960, imagens, textos e signos. O que caracteriza essa produção imaterial é a ambiguidade, ao

apresentar grandes doses de imitação e de simulação de uma realidade existente. Essas influências nos mercados, modos de vida e produção do espaço são consideráveis, pois, a “primeira consequência importante foi acentuar a volatilidade e efemeridade de modas, produtos, técnicas de produção, processos de trabalho, ideias e ideologias, valores e práticas estabelecidas. [...]” (HARVEY, 1994, p. 258).

Assim, o espaço geográfico vai se modificando, acompanhando as necessidades da reprodução do capital e as tendências do estágio econômico atual e a atividade turística passa por uma valorização significativa e se transforma em uma ferramenta de desenvolvimento para os lugares.

O turismo no Brasil era explorado principalmente por famílias, as quais gerenciavam seus pequenos empreendimentos e valorizavam principalmente a experiência e a vivência dos seus colaboradores na área. Atualmente, passamos por um cenário de profundas transformações, onde o conhecimento empírico não satisfaz de forma isolada. Ele, obrigatoriamente, deve estar associado a uma visão científica e teórica da atividade.

O cenário descrito não estaria limitado às características do país, ao contrário, reflete uma tendência encontrada em todo o mundo, onde se percebem as transformações sociais e econômicas da atualidade.

O mundo globalizado da sociedade do conhecimento trouxe mudanças significativas ao mundo do trabalho, com a exigência de que a atividade produtiva passe a depender de conhecimentos e o trabalhador se transforme em sujeito criativo, crítico e pensante, preparado para tomar decisões e para agir de forma a adaptar-se às mudanças dessa sociedade.

No desenvolvimento do capitalismo e nos processos que fundamentam a globalização, a reflexão acerca da formação do profissional atuante nos serviços ligados ao turismo deve contemplar a necessidade do mercado e dos trabalhadores da área e deve ter como objetivo maior a conversão dos interesses (empresas e colaboradores) para um fim comum que represente o equilíbrio e a tão desejada qualidade na prestação dos serviços.

Dessa perspectiva, a formação deve ser orientada para que o trabalhador desempenhe melhor suas atividades e tenha, igualmente, melhoria em sua qualidade de vida.

A importância de satisfazer o turista está centrada no esforço de atender às suas necessidades, para isso a qualidade na prestação dos serviços é fator fundamental que determina o êxito da atividade e que pode ser alcançado a partir de programas de formação e capacitação de recursos humanos que atenda ao *trade* para não criar fatores diferenciadores no processo de atendimento ao turista.

Pois, segundo Amorim (2003, p. 174), “[...] quando o turista não está satisfeito com um segmento turístico de determinado *trade*, o prejuízo não recai somente sobre esse segmento, mas sobre todo o *trade* [...]”

A qualificação na área do turismo deve atender às novas demandas no que se refere à formação de profissionais que acatem as expectativas de um mercado que, a cada instante, faz surgir novo tipo de trabalhador, especializado, não limitado a recepcionar o turista.

Faz-se importante lembrar que, em se reconhecendo que a educação e a formação profissional são compatíveis com o reflexo da sociedade e que devem ter foco no mercado, essa mesma educação tem um papel, ainda maior, de inserir o indivíduo nesta sociedade transformada.

Para Schroeder (2007), a educação é um processo de humanização por meio da qual o homem tem a oportunidade de inserir-se na sociedade, que exige cidadãos com a capacidade de criar e de enfrentar os desafios dos diferentes contextos sociais.

Ainda na ideia central da discussão, onde o papel da educação não se limita a atender às demandas empresariais, Freire (2007, p. 30) afirma que “quando o homem compreende sua realidade, pode levantar hipóteses sobre o desafio dessa realidade, [...] assim pode transformá-la e com seu trabalho criar um mundo próprio”.

Independente dos fatores ligados diretamente ao processo de melhorias nas condições de emprego e maior oferta de mão de obra, é realidade o crescente número de empresas e trabalhadores que estão em busca da formação profissional, bem como o número de instituições que oferecem cursos com o objetivo de atender a essa demanda.

A educação profissional vem sendo cada vez mais valorizada pelos colaboradores da área de turismo. Fidalgo e Fidalgo (2007, p. 26), por exemplo, afirmam que

A necessidade de manutenção do emprego, o temor cada vez mais crescente da substituição por outro indivíduo mais competente ou mais ajustado e a introjeção dos novos discursos empresariais por grande parte da classe que vive do trabalho são alguns dos fatores que conduzem à expansão da busca pelo desenvolvimento eficiente e eficaz do ofício, ao desdobramento flexível e dinâmico e a uma constante atualização e aprimoramento intelectual e emocional.

As competências que os profissionais deveriam ter para atuar no mercado de trabalho estariam relacionadas a um conhecimento multidisciplinar para lidar com os vários aspectos do turismo.

E ainda: têm-se como indispensáveis aos profissionais habilidade para trabalhar com o público, comprometimento pessoal, dinamismo, proatividade, raciocínio rápido para resolução de problemas e tomada de decisões e iniciativa.

Essas competências devem ser adquiridas e desenvolvidas por meio da formação técnica, pois a qualidade dos serviços depende de profissionais capacitados que possuam as habilidades requeridas pelo trabalho.

Assim, a formação oferecida aos trabalhadores da área deve voltar-se às necessidades da função desempenhada por eles, ou seja, em muitos casos o ensino técnico é mais pertinente do que o ensino superior, como no caso da formação de mão de obra operacional.

Com esse pressuposto, o Ministério da Educação – MEC elaborou os Referenciais Curriculares Nacionais da Educação Profissional de Nível Técnico (2000). Segundo o texto, a emergência desse documento se relaciona a um conjunto de fenômenos que caracterizam o mundo na atualidade, por meios dos quais o mercado de trabalho vem se reconfigurando e suscitando novas exigências para os profissionais da área de Turismo.

Sobre as argumentações da educação profissional, Manfredi (2002, p. 153) afirma que ela deve “ênfatisar o desenvolvimento de habilidades e conhecimentos básicos, específicos e de gestão, voltados para o desenvolvimento de um indivíduo que é [...] cidadão, competente e consciente.”

No sentido de examinar o processo de transformação espacial, é essencial que se busque os fundamentos do processo de produção do espaço do turismo no estágio atual do modo de produção capitalista, com a intenção de destacar os princípios para sua compreensão baseada nas transformações ocorridas na sociedade.

TURISMO E PRODUÇÃO DO ESPAÇO

O desenvolvimento do turismo constitui fator importante no processo de produção do espaço. Portanto, é preciso pensar que

o desenvolvimento pode ser entendido como o processo por meio do qual uma sociedade utiliza crescente, cumulativa e auto sustentadamente a sua capacidade produtiva no sentido de canalizar essa capacidade para aumentar em quantidade e em qualidade os bens e serviços disponíveis (BENEVIDES, 2001, p. 164).

Esse processo enseja a diversificação das atividades econômicas, por meio da crescente diferenciação entre os vários setores da economia e ramos de atividades e sua concomitante inter-relação e interdependência, bem como a complexidade crescente no sistema econômico,

em que a elevação da produtividade, decorrente de inovações tecnológicas e organizacionais, constitui elemento propulsor relevante.

O turismo, considerado um fenômeno recente do capitalismo, vem exercendo profunda transformação na configuração do espaço geográfico. Desenvolvendo-se desde muito cedo, o seu significado foi difundido na Inglaterra do século XVIII, segundo Beltrão (2001), mediante emprego do termo *tur* para explicar volta/retorno. A origem do turismo, enquanto a descoberta de coisas ou construção de objetos e ações, sempre esteve relacionada a lazer e deslocamento.

Contudo, a atividade turística se difundiu graças ao desenvolvimento tecnológico do século XIX, somado à busca pelo ócio (CRUZ, 2001) e à descoberta de paisagens litorâneas como espaço propício ao descanso e fugas de pessoas das rotinas que levam ao *stress*.

Para Castilho (2008), o turismo como fenômeno social constitui práticas com as quais as pessoas satisfazem suas necessidades de lucros, trabalho e lazer, utilizando do espaço geográfico apropriado como instrumento de realização do fenômeno turístico.

É importante frisar que o uso do termo espaço turístico, para Rodrigues (1999), serve para identificar a influência do turismo no consumo do espaço, uma vez que seus elementos são dotados de territorialidades e intencionalidades, reforçando a importância do estudo da paisagem ao enquadrá-la como um recurso extraordinário, de que resulta importante a análise da imagem que impacta o observador e como este interfere em sua dinâmica.

Diante da complexidade das atividades desenvolvidas pelo turismo e as estruturas ocupacionais de emprego, alinhamo-nos ao pensamento de Castells (2001, p. 251), para incluí-lo no:

Modelo de Economia de Serviços [...] - Caracteriza-se por uma rápida eliminação do emprego industrial após 1970, paralela à aceleração do ritmo do informacionalismo. Já tendo eliminado quase todos os empregos rurais, este modelo enfatiza uma estrutura do mercado de trabalho inteiramente nova em que a diferenciação entre as várias atividades dos serviços torna-se o principal elemento para a análise da estrutura social. Este modelo dá mais destaque aos serviços relacionados à administração de capital que aos serviços ligados à produção [...].

Lançando um olhar sobre os serviços diretamente ligados ao setor de turismo, grande parte dos tipos de objetos espaciais que são produzidos constitui os *sistemas de objetos*, os quais funcionam como condição das ações sociais voltadas para o seu desenvolvimento, que seriam, neste caso, os *sistemas de ações*. Sistemas que, segundo Santos (1997a), como visto anteriormente, constituem um conjunto indissociável, a despeito de contraditório e solidário.

A geografia concebe o turismo como uma prática social que se materializa por meio da localização e distribuição dos objetos, produto da ação humana, tais como: planos, programas e projetos oriundos das instituições governamentais que atendem, geralmente, aos interesses do capital empresarial daqueles envolvidos nas atividades turísticas.

Com o processo de expansão dos interesses capitalistas sobre a produção do espaço turístico, é comum constatar-se a produção de espaço geográfico conflituoso, que, na maioria das vezes, vai de encontro aos interesses das localidades. São “ações verticais que articulam [...] lugares ao mundo, criando *solidariedades organizacionais*, as quais contribuem ainda mais para a alienação do espaço” (CASTILHO, 2008, p. 18, grifo do autor).

A desigual produção do espaço é essencial ao capitalismo, mas é possível que se adotem estratégias para amenizar e controlar os impactos negativos dessa produção desigual.

No processo de desenvolvimento das contradições, a globalização aparece como elemento de ratificação delas, pois os fenômenos socioeconômicos não ocorrem ao mesmo tempo e da mesma forma em todos os lugares. Nesta linha de raciocínio, reiteramos que as especificidades locais, o aparecimento e o crescimento de atividades de serviços na economia não apresentam dinâmica qualitativa, embora seu crescimento quantitativo esteja quase sempre presente.

A análise do turismo no processo da globalização nos remete à ideia de relação entre o global e o local. Nesse sentido, o caminho para a análise seria a partir da totalidade concreta como ela se apresenta no atual estágio da globalização para que seja realizada uma relação, segundo Santos (1997c), efetiva entre a Totalidade-Mundo e os Lugares.

O turismo não pode se distanciar do processo histórico dos lugares. Necessita engendrar-se com a dinâmica econômica vinculada à lógica de que em todas as novas totalizações são criados atores, e as coisas pretéritas passam a ter nova função, novo conteúdo, em prol da produção do espaço.

Esta “nova” produção do espaço possibilita a inserção de novos lugares no mundo criado pela globalização. As novas técnicas favorecem o estabelecimento de lógicas de localização, que passam a ser valorizadas a partir da ativação de pontos dentro de uma rede dinamizada pelos eventos turísticos. É da perspectiva dessa lógica que o espaço turístico procura inserir-se, valorizado pelas potencialidades locais.

Quanto a forma de alavancar as economias de algumas regiões, Castilho (2008) cita que o turismo surge como a salvação das economias locais, especialmente em regiões onde a concentração de renda e o pouco dinamismo regional provocaram estagnação de diferentes formas.

Os lugares que apresentam certo isolamento tornam-se, pois, incluídos nas relações turísticas globais e passam a ser denominados de “especiais”. A relação entre o local e o global tende a ser conflituosa, dado que o lugar aparece como mediador de agentes locais com aqueles distantes. Neste sentido, o espaço turístico tem um amplo movimento que produz a fragmentação articulada do espaço, isso em função da existência de diferentes valores do próprio espaço.

A lógica desse processo resulta na interação de distintos vetores, criados pelos interesses, às vezes divergentes, dos agentes. É necessário, então, pensar as localidades turísticas, consideradas especiais, nesse processo dinâmico do turismo globalizado.

A construção/articulação dos espaços em nível global que o turismo utiliza permite entender o dinâmico processo de articulação dos variados atores e imagens que são explorados por tal atividade. As configurações territoriais dos lugares “especiais” são transformadas a partir de um sistema técnico-informacional global, estruturado para utilização como ferramenta da produção dos atrativos turísticos.

Considerando que as transformações impostas pela globalização podem imprimir um desrespeito às particularidades locais, estamos diante de um desafio: a necessidade de inserir esses lugares “especiais” sem que haja transformações que possibilitem o desaparecimento das potencialidades que representam os atrativos turísticos.

Para Santos (2001), a globalização provoca uma compartimentalização territorial onde o movimento geral da sociedade e o movimento particular de cada lugar passam por um embate, por buscarem atender às necessidades de agentes do mercado e do Estado.

Os avanços técnicos nos sistemas de engenharia dos transportes contribuem para relativa mobilidade da sociedade. Contudo, podem surgir pontos de resistência a essa nova lógica de mobilidade, resistência que busca valorizar os lugares exatamente por utilizarem potencialidades para atrair turistas por meio da dinâmica das mobilidades horizontais, e não verticais.

Mas como fazer para que os espaços “especiais” resistam à disponibilização de créditos internacionais que são postos à disposição dos países mais pobres?

Para Santos (1997c, p. 206),

os vetores da modernização são entrópicos [...] trazem desordem às regiões onde se instalam porque a ordem que criam é em seu próprio, exclusivo e egoístico benefício. Se aumenta a coesão horizontal isso se dá ao serviço do mercado, mas tende a corroer a coesão horizontal que está a serviço da sociedade civil como um todo.

A globalização cria, em certos aspectos, a ilusão de homogeneização, ao esconder o processo de fragmentação espacial.

O aparato técnico-informacional utilizado na globalização proporciona uma força considerável nas manifestações econômicas, políticas e culturais da sociedade. Os espaços turísticos passam por um processo de hierarquização que considera as redes nacional e internacional. As ações de tais redes interferem diretamente no entendimento da economia espacial, provocando um aparente arranjo espacial, que tem como objetivo maior atender às diferentes escalas de demanda social, sejam locais ou globais.

A lógica do lugar cede espaço ao amplo processo de urbanização, ampliação dos mercados e às novas concepções da relação local-global. A globalização dos lugares acompanha uma perspectiva mundializada, cada vez mais voltada ao movimento dos capitais e das pessoas.

Os movimentos de bens de capital, pessoas e informações, aliados à diminuição dos custos de transporte, fortalecem a concorrência entre os lugares, e possibilitam atração considerável de investimentos em áreas antes marginalizadas.

Desse âmbito podemos destacar a valorização das regiões urbanas que passam a servir como atrações para o consumo e entretenimento, áreas que aparecem como inovadoras, espaço para se viver ou visitar, que serve como espaço de consumo, de investimentos, foco das mais diversas atividades.

O turismo como atividade econômica envolvida pela globalização representa a atividade capaz de consumir o espaço, embora dependa de reprodução de sistemas que possibilitem seu uso.

As transformações pelas quais o mundo contemporâneo vem passando exigem nova leitura do ordenamento do território e da paisagem. São essas transformações que favorecem as novas valorizações territoriais forjadas pelo poder do capital.

O processo de globalização cria uma tendência à homogeneização do espaço geográfico em face dos avanços tecnológicos, que passam a conviver de forma mais ampliada entre os países, não obstante a manutenção das relações de dominação e dependência dos países denominados periféricos em relação aos centrais.

Com o desenvolvimento do turismo, os países periféricos têm dificuldade de manter sua própria identidade. Mesmo que em algum deles a resistência a transformações daí decorrentes existam, são pressionados a se adaptarem ao processo de uniformização dos mercados.

O turista conforme se sabe, participa da expansão desse processo de globalização como consumidor apto a absorver os espaços turísticos por meio de ações econômicas.

Os recursos turísticos dos espaços receptores passam por um processo de desaparecimento devido à introdução de modelos de inovação, que são resultados da expansão das técnicas, na verdade, do desenvolvimento, segundo Santos (1997c), da “unicidade técnica”.

A globalização uniformizou os materiais, os instrumentos, os produtos de consumo e, conseqüentemente, a forma de “fazer turismo”. O espaço se globaliza para o desenvolvimento do turismo na medida em que a oferta dos serviços é disponibilizada por grandes redes hoteleiras, parques temáticos etc. Isso cria, muitas vezes, a sensação de *déjà vu* no indivíduo que busca experimentar pelo turismo novas sensações em lugares “desconhecidos”.

As sensações e experiências passam a se repetir nas zonas rural e urbana e se percebem em produtos, técnicas e publicidades tornados comuns em qualquer desses ambientes. O turista busca o lugar na perspectiva do novo, daquilo que lhe proporcione alterar as condições alienantes que lhe são impostas de forma rotineira.

Mesmo considerando que o processo de globalização ocorre de forma diferenciada (mediante níveis tecnológicos), ainda podemos perceber certo grau de afastamento de alguns pontos (e de seus habitantes), dos grandes centros capitalistas, por se apresentarem na modernidade como áreas capazes de oferecer aos turistas aquilo que seguramente não encontrariam próximo às áreas de maior aglomeração populacional.

Cabe compreender, no entanto, que os espaços, inclusive os turísticos, dificilmente podem resistir a esse processo de isolamento. Como declara Santos (1997c, p. 159), o “processo de convergência dos momentos corre paralelamente ao desenvolvimento das técnicas, sobretudo as técnicas da velocidade”, é a velocidade observada nos meios de transporte e de comunicação, que “aproximam” os lugares, facilitam a penetração dos capitais, aceleram a “diminuição” das distâncias e provocam um acelerado ritmo dos fatos.

A globalização exige a cada instante a ampliação dos mercados por meio de um número crescente de consumidores. Agências de viagens pressionam as companhias aéreas a aumentarem a oferta de assentos e voos, estas, pressionadas, e com pouca capacidade de investir na compra de mais aeronaves, obrigam passageiros a se acomodarem em espaços menores. Turistas cruzam os oceanos em aviões mais rápidos, embora menos confortáveis em busca de paisagens vendidas mundialmente, embora muitas dessas paisagens deixem entrever somente seu lado exterior.

É nesse contexto da globalização que, considerado como espaço de consumo, inovações e de investimentos do capital globalizado, o espaço litorâneo brasileiro se apresenta como uma área de diversos usos, haja vista que em quase toda a sua extensão se observam variadas formas de ocupação do solo e desenvolvimento de múltiplas atividades.

Considerando que o processo de ocupação territorial do Brasil é marcado pela ocorrência de assentamentos lusitanos, principalmente na zona costeira, Moraes (2007) afirma ser São Paulo a única que não se encontrava à beira-mar, referindo-se aos núcleos pioneiros que foram fundados pelos portugueses.

Dantas (2009, p. 19) destaca que,

[...] entender a valorização dos espaços litorâneos perpassa pela compreensão de transformações ocorridas nos trópicos, de caráter socioeconômico, tecnológico e simbólico, que suscitam fluxos em escala local e regional e evidenciam ou reforçam a incorporação das zonas de praia, com urbanização crescente de espaços anteriormente associados às práticas marítimas tradicionais.

Segundo Tulik (2001), a residência de veraneio é alojamento turístico particular, utilizado temporariamente nos momentos de lazer, por pessoas que têm seu domicílio permanente em outro lugar. Se tal alojamento se localiza no litoral, é comumente chamado de segunda residência ou casa de praia.

Para a OMT (2011), a segunda residência seria a propriedade residencial para fins de veraneio e turismo, não sendo, portanto, a residência principal do titular. Nesse espaço, serviços relacionados com turismo são oferecidos.

O IBGE (2010), ao publicar os dados oficiais que quantificam e localizam as segundas residências no Brasil, não utiliza a terminologia segunda residência, mas, sim, a denominação domicílio de uso ocasional.

A temporalidade do usuário da residência secundária é questão importante para classificar o domicílio como ocasional, cujo uso pode ser repetitivo, mas não consecutivo por um período superior a um ano.

O fenômeno da segunda residência não constitui fato novo, mas as novas formas geográficas, e a geração de fluxo de veraneio em direção as zonas litorâneas é resultado de uma mudança de valores, hábitos e costumes, que paulatinamente transformaram o medo e a aversão ao mar em atração (CORBIN, 1989).

Desde o Século XVII, o discurso de médicos e higienistas que se referiam aos benefícios da água fria do mar e do ar puro dos ambientes costeiros incentivava o deslocamento de doentes às estações balneárias na tentativa de cura de enfermidades.

Para além das questões médicas, Corbin (1989) deixa claro que a admiração e o desejo pela beira mar despertam na nobreza europeia o interesse pela moradia nos espaços litorâneos.

Somente nas últimas décadas o mercado imobiliário reinventou a vilegiatura marítima e tem disponibilizado segundas residências articuladas aos serviços turísticos (DANTAS; PEREIRA, 2010).

Assim, o fenômeno da segunda residência no litoral está associado a uma série de elementos sociais, tais como a valorização do mar como paisagem de consumo nos momentos de lazer, a especulação imobiliária e a própria ideia de desfrutar as férias e o tempo livre fora da residência habitual.

Por outro lado, fatores como a redução da jornada de trabalho e o advento do automóvel particular motivaram o desenvolvimento do turismo via segunda residência, transformando o final de semana, o feriado prolongado e as férias de verão em fatos característicos da sociedade moderna.

Embora ocorra também no período de férias, o turismo de segunda residência é marcado por viagens curtas, cujos destinos são relativamente próximos à residência principal. De modo geral, pode-se afirmar que o turista tende a procurar locais a que possa viajar na sexta-feira à noite e retornar no domingo à tarde.

Para Santos, o desenvolvimento tecnológico dos meios de transporte é elemento essencial no processo de deslocamento da população a partir do momento em que “o automóvel fortalece no seu possuidor a ideia de liberdade do movimento, dando-lhe sentimento de ganhar tempo, de não perder um minuto, neste século de velocidade e pressa” (SANTOS, 1997a, p. 54).

A configuração do território constituída por essas novas formas de deslocamentos e a relativa mobilidade da população são analisadas a partir da superposição dos sistemas de engenharia sobre a própria natureza, onde estes sistemas são concebidos para garantir o desenvolvimento dos fatores hegemônicos e os processos produtivos por intermédio das finanças e da especulação. Esse desenvolvimento da configuração territorial é acompanhado com o crescimento dos sistemas de transporte e comunicação, nas mais diferenciadas formas (SANTOS 1997a).

Há uma transformação drástica dos componentes da vida material e simbólica do homem, com a configuração de novas formas produtivas, que adicionam novo teor técnico, científico e informacional, às novas concepções ideológicas que favorecem as modificações dos territórios.

Para Silveira (2011), o sistema de transportes ocasiona a multiplicação dos caminhos, o aumento da capacidade de alcançar maiores distâncias percorridas e o aumento a extensão do espaço conquistado. Dessa maneira, as cidades litorâneas de médio e pequeno porte turistificadas são vistas como um conjunto de práticas que se direcionam para uma economia urbana baseada no lazer e que têm a possibilidade de desenvolvimento por meio dos equipamentos urbanos e objetos geográficos, ou seja, de uma base material estruturada em uma tentativa de leitura de sua não materialidade, para a mercantilização e o consumo turístico.

A transformação do espaço das pequenas e médias cidades, com base nessas novas ações do capital, deve ser abordada do ângulo da nova concepção de valorização do espaço nessas cidades, que têm suas áreas como foco das políticas públicas urbanas.

A cidade, com sua natureza multifuncional e capacidade de atrair turistas, pode oferecer entretenimento e vida noturna, aspectos históricos e culturais a serem explorados, ou, até mesmo, ampla oferta de empreendimentos comerciais.

Com exceção das acomodações, são poucos os serviços especialmente construídos ou oferecidos exclusivamente aos turistas. Assim, turistas e residentes compartilham os serviços de lojas, restaurantes, museus, transportes e outros.

Além da variedade de turistas, muitas cidades precisam lidar com um considerável tráfego gerado pelas funções administrativa, comercial ou industrial, responsáveis por atrair os demais usuários dos sistemas urbanos.

O transporte é inegavelmente elemento facilitador e uma condição essencial para o desenvolvimento da atividade turística, considerando que para o turismo, a relação entre deslocamento e interação espacial é inevitável.

Por ser serviço de consumo instantâneo, os transportes turísticos prestados dispõem-se em diferentes tipos, portanto podem ser elencados como um importante fator de análise a ser valorizado quando do levantamento das despesas com o turismo.

A partir de 1973, a modernização dos transportes consolida o turismo de massa rodoviário, ferroviário, marítimo e aéreo. Essa consolidação se relaciona à intermodalidade e ao desenvolvimento tecnológico e é marcada pela Terceira Revolução Industrial, que tornou possível “maior integração comercial, infovias, autoestradas, telemática, trens de alta velocidade, fibra ótica, comunicação via satélite etc.” (SILVEIRA, 2009, p. 21).

Os efeitos dessas novas tecnologias interferem diretamente no turismo, gerando maior fluidez territorial e maior mobilidade para a circulação e reprodução do capital. É nesse contexto que o transporte aéreo ganha significativa expressão, pois, entre todos os outros meios de transporte, é ele quem incorpora com maior nitidez e velocidade as recentes inovações, além de agregar mobilidade e velocidade de deslocamento.

O transporte turístico é considerado pelo *trade* e pelos pesquisadores como parte de um sistema de atores, práticas e espaços. Beni (2003, p. 201) deixa claro que “o transporte turístico constitui em si mesmo um sistema e revela uma estrutura que precisa ser analisada”, pois é considerado essencial para o deslocamento de pessoas das áreas de emissão às áreas de recepção de turistas, inclusive no interior destas.

À luz da geografia, podemos compreender a noção de sistema a partir de um conjunto de elementos interligados e interdependentes entre si e, também, podemos aplicar a noção de sistema em rede, indicando tal relação no transporte aéreo, principalmente, a partir da inter-relação entre vários *hubs* que cria a superposição de intrincadas ligações aéreas em rede.

Santos (1997a) formula um conceito de rede a partir de diferenciados tempos (pré-mecânico, mecânico intermediário e técnico-científico-informacional), sendo que neste último o desenvolvimento de técnicas cada vez mais eficazes é resultado da busca voraz para se atingir evolução técnica maior.

O transporte aéreo consegue reunir uma boa relação entre distância, tempo e custo aliado à satisfação do turista, principalmente nas longas distâncias. Com isso, responde diretamente aos interesses dos transportes turísticos.

Para Beni (2003), o transporte aéreo tem contribuição assaz importante no desenvolvimento do turismo pelas vantagens que pode oferecer. Além disso, ainda assinala que, com o seu desenvolvimento, possibilitou o “encurtamento” das distâncias.

O turismo, visto como uma atividade detentora e propulsora do transporte aéreo em determinadas regiões, influencia nas ações das companhias aéreas no tocante à eleição de sua malha, bem como, dependendo da demanda turística, na escolha do tipo de sua operação, seja como voo regular ou por *codeshare*.

Mesmo passando por vários problemas, como o custo geral de sua operação, na maioria calculado em dólar americano, a instabilidade das políticas econômicas locais e internacionais, o transporte aéreo é de vital importância para a realização da atividade turística.

Conforme Palhares (2002, p.160),

as grandes distâncias a serem percorridas e a liberação ou necessidade de ganhar tempo, somadas ao poder aquisitivo das pessoas que viajam, se constituem em importantes fatores que viabilizam o avião como transporte turístico a nível nacional, em países de grandes dimensões territoriais, e internacional. Por isso – pelo menos em decorrência dos aspectos exteriores – o desenvolvimento da aviação comercial pode ser considerado tanto causa quanto efeito de expansão turística.

O transporte aéreo no Brasil é insumo produtivo, considerando que, no período econômico atual, em que a fluidez do capital e das informações é extremamente necessária, várias corporações necessitam de deslocamentos rápidos pelo território, o que significa agilidade, mobilidade e integração no espaço territorial.

É possível identificação de alguns fatores limitantes para a expansão do segmento aéreo no turismo: aumento dos custos operacionais, elevada carga tributária, deficiente infraestrutura aeroportuária, baixo investimento em infraestrutura de navegação aérea e legislação/regulamentação desfavorável. Contudo, as perspectivas de investimento no setor turístico, principalmente das companhias aéreas, constituem uma realidade diante do atual crescimento econômico do país.

O setor aéreo está vinculado a uma cadeia produtiva que tem demanda derivada, pois os passageiros se utilizam do transporte aéreo como meio para atingirem um fim último, ou seja, o transporte aéreo produz um tipo de consumo denominado produtivo.

Nessa cadeia produtiva, temos a montante os insumos produtivos, como os aeroportos e o controle de tráfego aéreo, os fabricantes de aeronaves, a produção e distribuição de combustíveis etc.; a jusante, os “clientes” do transporte aéreo, o setor turístico, a rede hoteleira, os *resorts* e as corporações em geral.

Os deslocamentos necessitam de uma infraestrutura básica, ou seja, um terminal de embarque e desembarque de passageiros e de cargas. A infraestrutura, os aeroportos e os equipamentos de rádio navegação compõem importantes fixos para a realização do transporte aéreo, cuja administração se encontra, na grande maioria, nas mãos do Estado.

Ao considerarmos a noção de infraestrutura do transporte aéreo, poderíamos nos remeter somente à existência dos aeroportos, no entanto Santos (1997a) extrapola a concepção de rede e de infraestrutura baseado em objetos materiais e nos mostra que, por exemplo, as ondas de rádio, como as ondas que sinalizam as aerovias, fazem parte de uma rede de diferentes conectividades e, conseqüentemente, do espaço geográfico.

Ainda em Santos (1997a), a noção de rede pode ser definida a partir de duas dimensões, uma primeira referindo-se a sua forma, materialidade, ou seja, a própria materialização da infraestrutura, que permite o transporte da matéria, energia ou informação, inscrevendo-se sobre um território no qual se caracteriza pelo tipo de seus pontos de acesso, seus arcos, nós de rede.

A segunda trata de sua essência. Dessa forma, a rede “é também social e política, pelas pessoas, mensagens, valores que a frequentam. Sem isso, [...] a rede, é na verdade, uma mera abstração” (SANTOS, 1997a, p. 209).

Dessa perspectiva, Dias (1995) observa que a conexidade seria a prioridade da rede, que se poderá fazer pela conexão de seus nós. Ela tem a potencialidade simultânea de solidarizar ou de excluir, de promover a ordem e a desordem.

A rede seria uma forma particular de organização. No âmbito dos processos de integração, de desintegração e de exclusão social, ela apareceria como instrumento responsável pela viabilização das estratégias de circular e comunicar.

Animadas por fluxos, as redes são dinâmicas e ativas, mas não trazem em si mesmas seu princípio dinâmico, que é alimentado tanto por dinâmicas locais quanto globais, notadamente demandadas pelas grandes organizações que comandam o capital.

Algo parecido com o que foi analisado em relação ao conceito de rede é notado com o conceito de infraestrutura adotado pelo Código Brasileiro de Aeronáutica (1986). Acreditamos que tal conceito se enquadra no que Santos (1997a) denomina como o “sistema de normas”, o “sistema de objetos” e o “sistema de ações”.

O citado Código, em sua sustentação técnica e legal para a aviação, discorre sobre tal estrutura a partir de sua constituição por órgãos, instalações ou estruturas terrestres de apoio à navegação aérea, que abrange as de manobras e de prédios dos aeroportos e aeródromos

brasileiros, com todas as pistas de pouso/decolagem, pistas de táxi e pátio de estacionamento de aeronaves, terminais de carga e passageiro e as respectivas facilidades.

Se a noção de infraestrutura nos remete à materialidade dos fixos, o referido Código demonstra que sinais de rádio e pessoas envolvidas na operação de equipamentos de rádio navegação são partes integrantes dessa infraestrutura. Porém, ainda prevalece o entendimento de que as infraestruturas estão relacionadas aos fixos (materialidade), de que sinais de rádio são fluxos intangíveis e de que as pessoas são operadoras de infraestrutura. Nela se destacam, dentro do Sistema de Proteção ao Voo – que visa à regularidade, à segurança e à eficiência do fluxo de tráfego no espaço aéreo –, as atividades de controle de tráfego aéreo, as telecomunicações aeronáuticas e dos auxílios à navegação aérea, a meteorologia aeronáutica, a cartografia, além das informações aeronáuticas.

Dessa perspectiva e do ponto de vista geográfico, é necessário repensar o conceito de infraestrutura, especificamente no caso da aviação.

CONCLUSÃO

O turismo promove considerável crescimento econômico nos lugares de sua ocorrência; tornou-se elemento fundamental na geração de lucro. É preciso admitir que tal prática não remediou satisfatoriamente os problemas que os agentes privados ou estatais prometiam erradicar, especialmente a partir da veiculação de ideias que apontam o turismo como um vetor de redução de desigualdades sociais e promotor da inclusão social por gerar emprego e renda à população.

Há uma convivência perversa entre os espaços da modernidade, cuja implantação tem no Estado e nos agentes econômicos os seus principais responsáveis, e os espaços da precariedade, nos quais parcelas da população sofrem com o relativo isolamento, precariedade da formação educacional, restrito acesso à rede de saúde e serviços básicos. Além disso, não são beneficiadas pelos serviços ofertados pela atividade turística.

Consequência de um processo de turistificação, comandado por condições normativas, organizacionais e operacionais únicas, a transformação de assentamentos locais em destinos turísticos ocorre com a intenção de repetir experiências de mercado bem-sucedidas onde quer que se encontrem.

Resta patente que, ao destacarmos os processos que se constituem em práticas substantivadas pela relação dialética entre o global e o local, evidencia-se que o relativo isolamento e os precários fluxos sempre serão insuficientes para a criação de lugares turísticos muito bem definidos quanto ao seu uso.

Importante salientar que a população autóctone sofre de forma direta com a especulação imobiliária nessas áreas onde o turismo se instala e experimenta um processo de desterritorialização/reterritorialização, cuja consequência maior é sentida na ocupação de áreas inadequadas na periferia das cidades.

Por outro lado, a valorização do espaço turístico proporciona o surgimento de investimentos imobiliários voltados à atividade comercial e, também, à incorporação de condomínios residenciais que, associados à infraestrutura de serviços, introduzem uma nova prática de uso ao solo urbano.

O resultado desse processo é a criação de espaços turísticos que se concretizam, em grande parte, direcionados exclusivamente à prática da atividade econômica que garanta a inserção da população local, em grande medida, apenas como mão de obra de baixo custo a ser explorada.

É bom frisar que os afazeres realizados no contexto da adesão ao mercado turístico ocorrem, em muitos casos, paralelamente ao abandono de práticas tradicionais dos moradores locais.

Nesse novo modo de organização produtiva, os valores sociais estariam isolados/segmentados por novos papéis desempenhados pela população local. E as ações resultantes de planejamento, que não prioriza os valores sociais, encaminham as relações para uma extrema superficialidade e garantem, também, a divisão do trabalho pela especialização funcional.

Ainda tratando das transformações socioespaciais, a ação dos agentes hegemônicos contribui para a criação de uma nova categoria de trabalhadores, que são valorizados a partir de sua formação funcional.

Nesse aspecto, a contratação de mão de obra especializada e a política de treinamento instituída nos empreendimentos estariam contribuindo para a melhoria da inserção dos moradores locais no mercado de trabalho, independente de essa contratação estar concentrada no setor turístico.

Além das questões mencionadas, há de se considerar que o espaço que experimenta as novas modalidades das atividades econômicas passa por profundas transformações que implicam alterações diretas na economia e no patrimônio cultural e natural.

A capacidade de alterar o meio natural em curto prazo e de criar uma (re)produção socioespacial ligada à dinâmica da atividade turística implica nova valorização na sociedade local.

A sociedade local, por outro lado, em grande medida, ao se sentir excluída dos processos de benefícios extraídos dos equipamentos urbanos instalados para o desenvolvimento do turismo, passa a perceber na atividade uma questão meramente econômica.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Clezio Gontijo. Modelo sistêmico de formação e capacitação de recursos humanos no turismo como estratégia de mercado e fator competitivo. In: REJOWSKI, Mirian; COSTA, Benny Kramer (Org.). **Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão**. São Paulo: Atlas, 2003. p. 173-189.

BENEVIDES, Ireleno Porto. Planejamento governamental do turismo, meio ambiente construído e desenvolvimento do Nordeste. In: LIMA, Luiz Cruz (Org.). **Da cidade ao campo: a diversidade do saber-fazer turístico**. Fortaleza: Universidade Estadual do Ceará, 1998. p. 320-333.

BELTRÃO, Otto di. **Turismo: a indústria do século 21**. Osasco-SP: Novo Século, 2001.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 9. ed. São Paulo: SENAC, 2003.

BERNARDES, Júlia Adão. FERREIRA, Francisco Pontes de Miranda. Sociedade e Natureza. In: CUNHA, Sandra Baptista; GUERRA, Antonio José Teixeira (Org.). **A questão ambiental**. Diferentes abordagens. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

BRASIL. Agência Nacional de Aviação Civil. **Código Brasileiro de Aeronáutica**. Lei nº 7.565, de 19 de dezembro de 1986. Disponível em: <http://ww2.anac.gov.br/biblioteca/leis/cba>. Acesso em: 29 abr. 2016.

BRASIL. Ministério da Educação. **Educação Profissional**. Referenciais Curriculares Nacionais da Educação Profissional de Nível Técnico. Brasília: 2000. Disponível em: portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf/introduc.pdf. Acesso em: 06 jun. 2017.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. As duas fases da história e as fases do capitalismo. In: **Crítica e Sociedade**: revista de cultura e política. v.1, n.1, p. 168-189, jan/jun 2011.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O espaço urbano**: novos escritos sobre a cidade. São Paulo: Contexto, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A Era da Informação: economia, sociedade e cultura, v. 1. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CASTILHO, Cláudio Jorge Moura de. Turismo e espaço geográfico: o turismo como uma prática socioespacial reforçadora de uma economia urbana voltada aos interesses do mercado. In: CASTILHO, Cláudio Jorge Moura; VIEGAS Jeanete Magalhães (Org.). **Turismo e práticas socioespaciais**: Múltiplas abordagens e interdisciplinaridades. Recife: Editora Universitária UFPE, 2008. p.15-46.

CORBIN, Alain. **O território do vazio**: a praia e o imaginário ocidental. Tradução Paulo Neves. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

DANTAS, Eustóquio Wanderley Correia. **Maritimidade nos trópicos**. Por uma Geografia do Litoral. Fortaleza: Edições UFC, 2009

DANTAS, Eustóquio Wanderley Correia; PEREIRA, Alexandre Queiroz. Reflexões sobre a Vilegiatura Marítima nos Trópicos. In: DANTAS, Eustóquio Wanderley Correia. FERREIRA, Ângela Lúcia. CLEMENTINO, Maria do Livramento Miranda (Coord.). **Turismo e imobiliário nas metrópoles**. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2010. p. 71-83.

DIAS, Leila Christina. Redes: emergência e organização. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo César da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (Org.). **Geografia: Conceitos e Temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 141-162.

FIDALGO, Nara; FIDALGO, Fernando. Reflexos sociais da lógica de competências: o processo de individualização em foco. In: FIDALGO, Fernando; MONTEIRO, Maria A.; FIDALGO, Nara (Org.). **Educação Profissional e a lógica das competências**. Petrópolis – RJ: Vozes, 2007. p. 20-33.

FREIRE, Paulo. **Educação e mudança**. 12. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAESBAERT, Rogério (Org.). **Globalização e fragmentação do mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Editora da UFF, 1998.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. 4. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/index.php>. Acesso em: 18 mai. 2019.

LEFEBVRE, Henri. **La Production de l'Espace**. Paris: Anthropos, 1974.

- MANFREDI, Sílvia Maria. **Educação Profissional no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2002.
- MORAES, Antonio Carlos Robert. **Meio ambiente e ciências humanas**. 4. ed. São Paulo: Annablume, 2005.
- MORAES, Antonio Carlos Robert. **Contribuições para a gestão da zona costeira do Brasil**: elementos para uma geografia do litoral brasileiro. São Paulo: Annablume, 2007.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Panorama OMT del turismo internacional**. 2011. Disponível em: <http://www.observatorioturismoalentejo.pt/index.php/estudos/172-panorama-omt-del-turismo-internacional-edicao-2011>. Acesso em: 02 mai. 2019.
- PALHARES, Guilherme Lohmann. **Transportes turísticos**. São Paulo: Aleph, 2002.
- RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- SANTOS, Milton. **Por uma Geografia Nova**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1986.
- SANTOS, Milton. **A Natureza do espaço**. Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1997a.
- SANTOS, Milton. **Pensando o espaço do homem**. 4. ed. São Paulo: Hucitec, 1997b.
- SANTOS, Milton. **Técnica, Espaço, Tempo**. Globalização e meio técnico-científico informacional. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1997c.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. Do pensamento único a consciência universal. 6. ed. Rio de Janeiro e São Paulo: Record, 2001.
- SANTOS, Milton. **O espaço dividido**: Os Dois Circuitos da Economia Urbana dos Países Subdesenvolvidos. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2008.
- SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado**. 6. ed. São Paulo: EDUSP, 2012a.
- SANTOS, Milton. **Espaço e Método**. 5. ed. São Paulo: EDUSP, 2012b.
- SCHROEDER, Leonor. As contribuições das tecnologias da informação e da comunicação no ensino do turismo. In: QUEVEDO, Mariana (Org.). **Turismo na era do conhecimento**. Florianópolis: Pandion, 2007. p. 61-77.
- SILVEIRA, Márcio Rogério. As cinco revoluções e evoluções logísticas e seus impactos sobre o território brasileiro. In: SILVEIRA, Márcio Rogério; MOURÃO, Paulo Fernando Cirino; LAMOSO, Lisandra Pereira (Org.). **Questões nacionais e regionais do território brasileiro**. São Paulo: Expressão Popular, 2009. p. 13-42.
- SILVEIRA, Márcio Rogério. Geografia da circulação, transportes e logística: construção epistemológica e perspectivas. In: SILVEIRA, Márcio Rogério (Org.). **Circulação**,

transportes e logística: diferentes perspectivas. São Paulo: Outras Expressões, 2011. p. 21-68.

TULIK, Olga. **Turismo e meio de hospedagem:** casas de temporada. São Paulo: Roca, 2001.