

CIES e-Working Paper N.º 164/2013

Uma Introdução ao Turismo – Conceitos, classificações e tipologias

Edgar Bernardo

Edgar Bernardo é licenciado em Antropologia Aplicada ao Desenvolvimento, pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD), e mestre em Desenvolvimento: diversidades locais, desafios mundiais, pelo Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL). Frequenta o Programa de Doutoramento em Sociologia do ISCTE-IUL, tendo como principal área de investigação a sociologia do turismo. É bolseiro da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) e investigador no CIES-IUL

Resumo

Enquanto objeto de estudo sociológico o turismo continua a representar uma ténue parte da sua produção científica. O presente trabalho procura introduzir o tema do turismo ao nível conceptual, contribuindo para esclarecer e definir os conceitos, classificações e tipologias de que o turismo e o turista são alvo, inclusivamente propor uma definição para ambos os conceitos. Pretende ainda demonstrar porque motivo o turismo é ainda erroneamente catalogado de ciência, indústria e sector económico, e até confundido por conceitos próximos como lazer, entretenimento e recreação, e quais as diferenças que os separam.

Palavras-chave: Lazer, Turismo, Turista

Abstract

As a subject of sociological study, tourism remains a tenuous fraction of its scientific production. This paper seeks to introduce the topic of tourism in a conceptual level, helping to clarify and define the concepts, classifications and typologies of tourism and tourist, and also present a definition of both concepts. It also aims to demonstrate the reason why tourism is still erroneously cataloged as a science, industry or economic sector, and also mistakenly confused by other concepts such as leisure, entertainment and recreation, and helps to clarify what are the differences between them.

Keywords: Leisure, Tourism, Tourist

Introdução

Turismo. Não se sabe ao certo quando o Homem deu início a esta prática, embora se reconheça que já na Antiguidade o tempo livre tinha um papel de destaque entre as classes mais abastadas das principais civilizações ocidentais. Na Grécia Antiga, por exemplo, a valorização da cultura e do desporto, deram lugar à criação do maior evento desportivo conhecido até então, os Jogos Olímpicos. Cidadãos de toda a área dominada pelas cidades-estado gregas convergiam para assistir ao evento. Se a este acrescentarmos as peregrinações a importantes centros religiosos, como o Oráculo de Delfos, começamos a perceber também que as peregrinações religiosas eram centrais na cultura helénica.

Durante o Império Romano alcançou-se uma paz, estabilidade, riqueza, e um conjunto de infraestruturas que permitiram que os seus cidadãos pudessem desfrutar não só de eventos culturais e desportivos por todo o seu território, como também que as famílias mais ricas pudessem construir vilas de férias e até fazer passeios turísticos pelo rio Nilo a fim de visitar os monumentos faraónicos antigos¹.

Séculos mais tarde, durante a Idade Média, as viagens e peregrinações religiosas dominaram os propósitos dos viajantes tanto cristãos como muçulmanos, de Santiago de Compostela a Meca, de Jerusalém a Roma, inúmeros destinos conquistaram a atenção do Homem medieval². Para que tal deslocação fosse possível inúmeras condições foram garantidas, da melhoria das vias de comunicação à construção de hospedarias e respetivos serviços, e a edificação de ordem religiosas que visavam garantir a segurança dos viajantes. Ainda neste período, Marco Polo, viaja até ao Oriente procurando a lendária rota da Seda e expande o imaginário ocidental com outros lugares, culturas e religiões.

A partir do século XV, catapultado pelas inovações e invenções tecnológicas, os viajantes são capazes de ir muito além do “velho mundo”. Todo um conjunto de novas culturas, terras e sociedades tornam-se conhecidas e acessíveis a um maior número de pessoas. Com isto não pretendemos dizer que as viagens na Europa são substituídas pelas aventuras marítimas aos novos continentes, pois recorde-se que neste período em França foi criado o primeiro guia de estradas com propósitos turísticos por Charles Estienne em 1552. Entre os séculos XVII e XVIII o Turismo ganha os contornos mais próximos dos atuais quando membros das famílias mais ricas, na sua maioria jovens aristocratas, começam a viajar de Inglaterra até ao centro e sul da Europa, o

¹ Ver Friedlander (1965), D'Arms (1970), Casson (1974).

² Ver Parks (1954), Hunt (1984).

chamado *Gran Tour*³. Tais deslocações contribuíram para o desenvolvimento na construção de rodovias no “velho continente” e promoveram o desenvolvimento de serviços adequados para esse propósito nas regiões por onde passavam.

No século seguinte dá-se início à chamada Revolução Industrial que é caracterizada, por exemplo, por avanços tecnológicos, melhoria das vias de comunicação, pela invenção do motor a vapor (barco e comboio), e pelo surgimento de uma burguesia emergente. Tais condições permitiram que Thomas Cook organizasse com sucesso a primeira viagem organizada, tendo ainda formado a primeira agência de viagens, a Thomas Cook & Son, e criado o conceito de “voucher” (cupom para estabelecimentos hoteleiros). Entre os trajetos de maior sucesso turístico deste período refira-se o *Expresso do Oriente* criado em França em 1883 e que chegaria a garantir condições luxuosas para os seus clientes, viajando de Londres até Constantinopla. Anos mais tarde, é aberto um dos expoentes máximos da oferta hoteleira até à Primeira Guerra Mundial, o Hotel Ritz de Paris, em 1898.

Entre as duas grandes guerras a invenção do automóvel e subsequentes melhorias das vias de comunicação terrestres, conduziram o Turismo a uma vertente mais móbil que nunca. Igualmente neste altura, popularizaram-se os casinos e parques de diversão, em particular nos Estados Unidos da América (EUA). Com o fim da Segunda Guerra Mundial, a rápida recuperação económica e industrial da Europa Ocidental permitiu um crescimento na atividade turística que superaria todas as expectativas. Com o desenvolvimento tecnológico, dos transportes, e todo um conjunto de alterações socioeconómicas que melhoraram a vida dos habitantes destes espaços, como por exemplo a implementação do Estado Providência, e ainda com a independência de um vasto conjunto de países no final do conflito, as portas abriram-se para que o turismo se tornasse uma atividade apetecível, viável e confortável⁴.

Os dados atuais falam por si e os números são avassaladores. Se na década de 1980 os turistas (*arrivals*/chegadas) contabilizados não ultrapassavam os 270 milhões, em apenas vinte anos, mais do que triplicaram. Atualmente atingiu-se a cifra incrível de 1 bilião de turistas e projeta-se que no ano de 2030 se atinjam 1,9 biliões! As receitas provenientes do turismo internacional estão calculadas pela Organização Mundial do Turismo (OMT ou UNWTO) em mais de 1 bilião de dólares, e são as economias mais desenvolvidas que continuam a ser responsáveis pelo grosso do fluxo turístico mundial, sendo que a Europa se apresenta ainda como principal gerador de turistas a

³ Ver Bates (1911), Mead (1914).

⁴ Para uma retrospectiva mais aprofundada da história e principais etapas do turismo e da viagem ver Fridgen, Joseph (1996) *Dimensions of Tourism*. East Lansing. MI: AHAM.

nível mundial⁵.

Apesar deste desenvolvimento acentuado, a região menos visitada continua a ser o Médio Oriente, logo seguido de África, praticamente a par da Ásia e Pacífico. Tanto em África como no Médio Oriente, o reduzido e tardio crescimento de turistas é facilmente justificável pelo clima de insegurança política e social que estas regiões viviam, particularmente até à década de 1990. Na verdade, nestas regiões só durante a década de 2000 se constatou um crescimento acentuado tanto do número de turistas, como na emissão de turistas.

No que se refere ao crescimento internacional médio destas mesmas regiões, África apresenta dados anuais de crescimento interessantes com uns constantes 6,7% entre 1980 e 2010. Apesar disso, com a tendência futura de desaceleração prevista pela OMT, o turismo ao nível mundial tenderá a atingir apenas uns 3,8% para a presente década. Especificamente África apresenta dados que rondarão os 5%, e na região específica em que se encontra Cabo Verde, isto é, na região classificada de África do Sul, uns ainda assim superiores 4,3%.

Compreendemos que o turismo, apesar de um galopante crescimento mundial, caracterizado pelo domínio de economias mais desenvolvidas sobre as emergentes, parece agora sofrer um refrear da atividade, provavelmente fruto da situação económica destas mesmas economias. Em contrabalanço, as economias emergentes, lideradas pelo continente Asiático e Oceânia sugerem um futuro promissor tanto na emissão de turistas como no crescimento da atividade ao nível continental, aqui, pelo motivo inverso do contexto das economias mais desenvolvidas, ou seja, liderado pelas economias em crescimento de países como China, Coreia do Sul, Japão, Taiwan e Austrália.

No caso africano, e apesar de um crescimento constante do número de turistas recebidos, da dimensão massiva do continente, das suas populações e do potencial que apresenta, a atividade apenas figurou uma magra percentagem dos lucros do mercado mundial do turismo, cerca de 3,4%⁶ de um bolo de 694 biliões de euros!

Na verdade, este continente é dominado turisticamente por dois pólos Norte-Sul, isto é, Marrocos (18,8% do total do continente em 2010) e Tunísia (14%) a Norte, e a República da África do Sul no outro polo (16,4%)⁷, sendo que os restantes destinos são comparativamente diminutos. Importa aqui ressaltar que um importante destino mundial localizado neste continente, o Egito, encontra-se, para UNWTO, deslocado na região do Médio Oriente. Caso contrário os valores de todo o continente africano seriam superiores aos registados e projetados.

⁵ Relatório 2011 do Barómetro da UNWTO, <http://mkt.unwto.org/en/barometer>.

⁶ Relatório 2011 do Barómetro da UNWTO.

⁷ Idem.

O crescimento da atividade no continente demonstra que investidores e governos estão particularmente atentos aos seus benefícios tanto à escala macro (nacional) como micro (local). O turismo representa aumento de consumo por parte de estrangeiros nos países recetores, o que significa mais dinheiro em impostos a recolher, mas também uma melhoria da qualidade de vida, maior distribuição de riqueza e criação de empregos. No entanto, é reconhecido que o turismo é muito mais que uma atividade económica.

O turismo força a uma interação vasta entre pessoas e exige uma variedade de serviços, infraestruturas e investimentos que permitam gerar e aproveitar oportunidades. Assim, existe a necessidade de gerir o crescimento e as mudanças do turismo de modo a garantir que o crescimento não afeta os objetivos estabelecidos para o crescimento ao nível local e nacional.

Ademais, se olharmos para o caso específico do continente africano, existem duas questões chave neste ponto, por um lado o turismo e por outro os governos. No primeiro ponto, importa que os investidores estejam não só atentos quanto às consequências das suas ações como também que seja contemplada a sustentabilidade do próprio sector a longo prazo. Deve-se procurar desenvolver os recursos humanos, nomeadamente capacitando e especializando os locais. Como resultado "(...) will potentially encourage sound utilisation of local suppliers and thus enhance not only their productivity but also intersectoral linkages. In this sense, the spin-off effects are obvious: foreign exchange will be retained locally and further income would be earned." (Dieke, 2000:8).

Finalmente, é necessário que as pequenas e médias empresas locais de turismo sejam capazes de escapar a uma situação de precariedade, que reduz a qualidade do serviço prestado, e consigam investir em estratégias bem sucedidas de cativação de clientes/turistas. Este será um dos maiores desafios do turismo em África.

Já no que se refere aos governos africanos, hoje a problemática reside sobretudo na sua capacidade de reorientar as suas políticas de acordo com os contributos e experiências que conseguem recolher localmente, nas suas comunidades, e nos seus parceiros privados, bem como, procurar políticas que facilitem a permanência dos turistas e o surgimento de iniciativas empreendedoras. Por fim, potenciar os benefícios que o turismo trás para outros sectores, áreas e grupos da sociedade (Dieke, 2000:9). Dieke resumiu de forma clara as grandes áreas a trabalhar para o desenvolvimento de um turismo de futuro para África:

(...) well conceived and well articulated but realistic tourism policy objectives; local involvement and control over tourism development; forging private-public sector partnerships for tourism development; raising gender awareness to enhance women participation in the tourism sector; promoting regional tourism co-operation and integration; availability and allocation of appropriate resources (e.g. financial, human, product); developing equity in tourism benefits-sharing; promoting community tourism awareness campaign; availability of appropriate legal framework for tourism; building image of a destination through a marketing and promotional campaign; expanding tourism entrepreneurial initiatives/investment opportunities. (Dieke, 2000:11).

Afinal o que é o turismo? Qual a diferença entre turismo, lazer, recreação e entretenimento? O que é um turista? Somos todos turistas? Que tem de particularmente interessante e revelador o turismo? Qual é a pertinência deste tema? Introduzida e recordada a preponderância da atividade turística à escala mundial, os pontos seguintes pretendem definir com clareza os conceitos de turismo e turista, mas também outros conceitos anexos tantas vezes confundidos com estes.

1. O Turismo e o Turista – Operacionalização dos Conceitos

Antes de definir o que é Turismo vamos abordar o que não é, apesar de por vezes confundido como tal. Falamos de lazer, recreação e entretenimento, alguns dos conceitos usados na órbita do nosso tema central. Conceitos que se referem a práticas que realizamos durante o “tempo que dispomos” na nossa vida, especificamente, durante o *tempo livre*. Requixa (1980) propôs a divisão do tempo do homem moderno em vários momentos. Para o autor, o tempo livre é referente ao período de tempo que não pode ser nem de trabalho, nem de atenção a necessidades biológicas.

Por sua vez, o tempo livre pode ainda ser dividido em tempo *morto* (por exemplo, quando escutamos música deitados no sofá, ou quando ficamos sentados na varanda a “fazer tempo”), tempo *comprometido* (isto é, período despendido em obrigações familiares ou domésticas), e finalmente, temos o tempo de *lazer*. Marcelino (1996) contribui introduzindo um outro tempo, o de *desocupado*, referente à condição de desempregado (improdutividade).

As ideias de tempo livre ou mesmo lazer, são reconstruídas com o surgimento da sociedade pós-revolução industrial (Magalhães, 1991; Lohmann & Netto, 2011), com a capacidade de produzir e consumir em massa reside a necessidade de criar produtos e serviços que possam ser consumidos também nesse tempo livre (Baudrillard, 1995). Momento que atenua desigualdades e procura melhorar a qualidade de vida dos indivíduos, mas que também produz novos tipos de desigualdades. O direito ao turismo (e à viagem) permitiu que os cidadãos se tornassem móveis para além das suas fronteiras acedendo a diversos bens, serviços e produtos culturais de outras sociedades, aquilo a que Fortuna & Ferreira (1996) chamariam de uma conceção cosmopolita de cidadania, ideia próxima da de *cosmopolitismo estético* de Lash & Urry (1994) ou seja, “(...) uma conceção eminentemente mercantil e consumista do sujeito.” (Fortuna & Ferreira, 1996:4).

O tempo livre, como o de trabalho, está “contado”, e é em si uma mercadoria, assim, há que tirar proveito do mesmo (Bruhns, 1997). O tempo livre pode ser entendido como *tempo social*, é dizer, um período de atividades e práticas sociais com regras e normas próprias que permitem modificar estruturas sociais, instituindo novas relações sociais e novos valores. O tempo livre, com a gradual diminuição do tempo de trabalho (sobretudo nos países mais desenvolvidos), tem ganho cada vez

mais “espaço”, e com ele, o tempo que os indivíduos dedicam ao lazer tem aumentado.

Então como definimos *Lazer*? Para Dumazedier (1973:34) “o lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, (...) após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.”. Implica pois descansar, desenvolver ou divertir, e assim, o tempo de lazer corresponde ao período dedicado a ocupações que respeitam uma ou mais dessas funções.

Mas a divisão do tempo não fica por aqui. Dentro do tempo de lazer existe ainda o tempo de *recreação*, tempo de *turismo* e outros, como *entretenimento* por exemplo (Requixa, 1980). A diferença entre recreação (ou recreio) e entretenimento é ténue. Ambas são realizadas de livre vontade, no tempo livre, e significam restabelecimento e recuperação das obrigações quotidianas, a diferença reside apenas no facto de que entretenimento exige uma audiência e é uma atividade paga (Lohmann & Netto 2011:83). Para melhor compreensão destes conceitos ver ilustração abaixo:

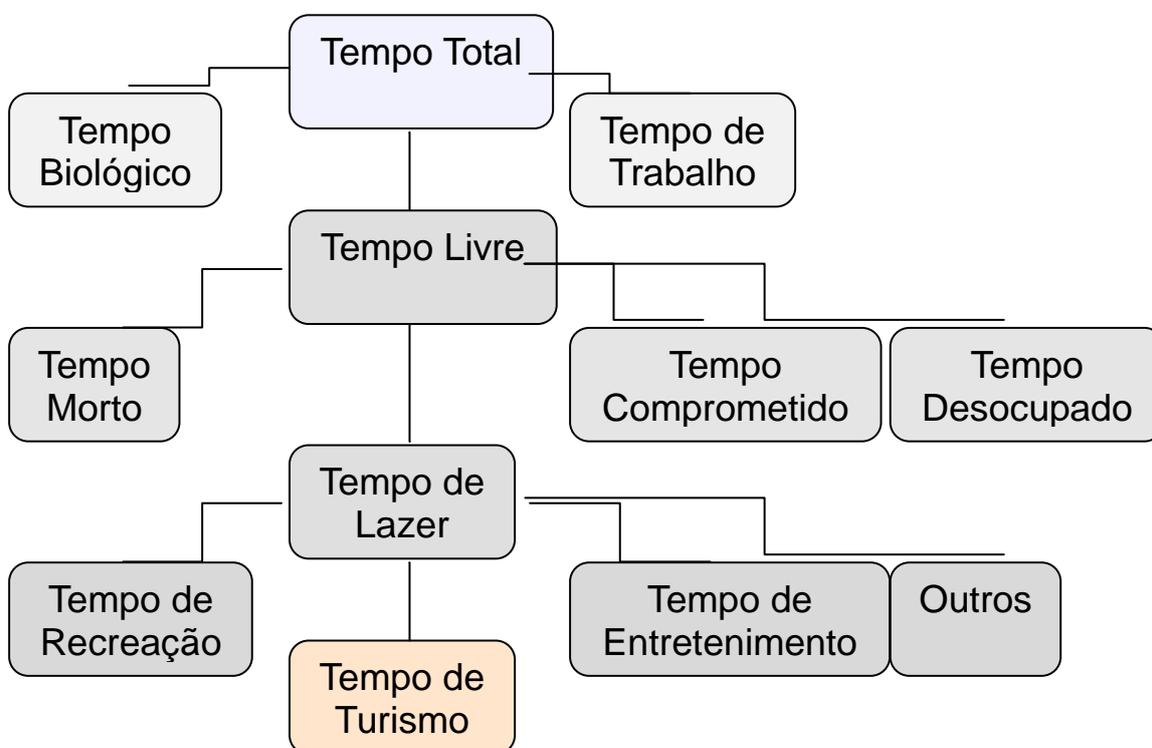


Ilustração 1: Divisão do tempo do homem moderno. Adaptado e modificado de Requixa (1980), e Marcelino (1996).

Sabido então o que entendemos quando falamos nestes conceitos, podemos então trabalhar o conceito de Turista e de Turismo. A definição de Turismo, como de resto este ponto tentará demonstrar, é caracterizada desde logo por profunda dispersão e disformidade⁸, as várias definições de turismo parecem encaixar a outros tantos propósitos específicos. Mesmo entre os académicos, o

⁸ Goeldner et al, 2002 *apud* Malta 2010.

turismo é abordado assumindo definições que apenas potenciam as perspetivas individuais dos mesmos (Lickorish & Jenkins, 1997).

Todavia procura-se aqui, para além de comprovar essa dispersão, identificar uma definição que seja operacionalizável, ou seja, útil e pertinente para esta investigação, caso contrário cairíamos numa armadilha que “(...) clearly inhibits both coherent investigation of the phenomenon and the generalization of findings.” (Crompton, 1990:2).

Leiper (1990) considera que a origem etimológica de turismo provém do grego, significando 'ferramenta que faz um círculo' ou 'movimento circular', sendo inicialmente uma expressão usada ainda no francês e adaptada pelos nómadas normandos para expressar uma volta às muralhas do castelo para ver a paisagem.

De acordo com Boyer (2000) a palavra ganhou os contornos modernos com as viagens que os ingleses realizavam pelo continente europeu, sobretudo, a partir do século XVII. Viagem denominada de 'Gran Tour', de onde terá emanado *tourists* para classificar os seus participantes, e *tourism* para definir a atividade.

A primeira tentativa de definição foi apresentada pelo economista austríaco Herman Von Schullard em 1910 como sendo a “(...) soma das operações, especialmente as de natureza económica, diretamente relacionadas com a entrada, a permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro e para fora de um país, cidade ou região.” (*apud* Ignarra, 1999:24). Tal definição, como as demais contemporâneas sobre este fenómeno, contemplam apenas os aspetos económicos e comerciais do mesmo, aliás esta tentativa de definição demonstra que apesar do Turismo ser considerado sobretudo com o desenvolvimento pós-Segunda Guerra Mundial, já existia alguma atenção quanto ao fenómeno. Como de resto os primeiros dados sobre o turismo de massas na Suíça, que datam de 1848, o confirmam (Lohmann & Netto, 2011:55).

De facto, desde do final do século XIX o tema começou a ser visto sob a vertente económica e a social, mas apenas com a obra de Hunziker & Krapf (1942) passou a ser reconhecido como um fenómeno socioeconómico a ser estudado de forma multidisciplinar. O desconhecimento de estes e outros autores levou à falsa “inovação” de conceitos apresentados, ou se quisermos, a alguma redundância dos novos contributos (Lohmann & Netto, 2011:59).

Chegado o fim do conflito mundial e subsequente prosperidade económica, aumento populacional, urbanização e industrialização, aumento dos direitos dos trabalhadores, e com o surgimento e acesso a novos avanços tecnológicos, o Turismo emerge como “(...) um tipo de serviço à disposição dos homens e da sociedade industrial moderna, pois passa a integrar a vida de todas as nações e a contribuir de maneira significativa para o desenvolvimento das atividades económicas do século XXI.” (Lage & Milone, 2001:40). É este crescimento que para alguns autores impulsionou o

“turismo de massa”. No entanto, para outros esta catalogação está errada pois apenas 5 a 10% da população mundial consegue viajar turisticamente (Ouriques, 2008).

Foi a partir da década de 1950 que se intensificou a necessidade de definir Turismo e a atividade turística, sobretudo por motivos técnicos e estatísticos, e conseqüentemente por motivos de delimitação conceptual. Antes de mais o turismo é o que os turistas fazem, assim, primeiro iremos definir o que é um *turista*.

2. Turista

A primeira definição a ser reconhecida oficialmente foi em 1937 no âmbito da Sociedade das Nações (SDN), onde *turista* se aplicava a todas as pessoas que viajavam para um país diferente daquele de sua residência durante pelo menos vinte e quatro horas. Ora *viajante* não é o mesmo que um turista. Viajante é uma classificação extensa que inclui o turista e outras classificações específicas. Viajante “(...) designa toda a pessoa que viaja entre dois ou mais locais, qualquer que seja o modo ou o meio da sua deslocação” (Cunha, 2009:17). Os viajantes podem ser divididos em dois grandes grupos, por um lado aqueles que são incluídos nas estatísticas do turismo, chamados de *visitantes*, e por outro, os que não são. Entre estes últimos temos, por exemplo, passageiros em trânsito, refugiados, diplomatas, estudantes, etc. Já os do primeiro grupo podemos subdividir entre turistas e excursionistas, que por sua vez podem ainda ser subdivididos em outras classificações mais específicas.

Estas distinções merecem a nossa atenção. Apesar de já anos mais cedo a International Union of Official Travel Organizations (IUOTO) ter sugerido a criação de categorias como “*excursionista*” e “*viajantes em trânsito*”, foi apenas em 1953 que a Comissão de Estatísticas da ONU criou o termo de “*visitante*”, cuja grande novidade seria a delimitação de um ano como o tempo máximo de permanência num país fora da sua residência habitual. Logo no ano seguinte a Convenção das Nações Unidas altera a definição de turista com uma nova delimitação do tempo máximo de doze para seis meses, e introduz o motivo de viagem como determinante.

Na Conferência das Nações Unidas em Roma, no ano de 1963, é novamente assumido o termo de visitante, sendo que desta feita engloba também os anteriores de turista e excursionista. Este termo deixa cair a baliza temporal e é simplificado sendo considerado visitante todo aquele que não se desloca para o estrangeiro por motivos profissionais.

Já em 1971, e por motivos estatísticos, a Conferência da Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento (CNUCED) exige nova reformulação, retornando a baliza temporal e reintroduzidos os termos de *excursionista* ou *visitante do dia*, referindo-se estes às pessoas que permanecem menos de vinte e quatro horas noutro país.

A constante dança nas definições não ficaria por aqui, pois em 1983 a OMT, que substituiria a IUOTO, passaria a incluir na definição de turista os visitantes domésticos, denominando-os *visitantes nacionais*. Finalmente, é a Comissão de Estatística da ONU que dez anos mais tarde estabelece uma definição institucional oficial, e ainda utilizada, para os termos: visitante, turista, e visitante do dia.

O *visitante* é aquele que se desloca para um local não habitual por um período de menos de doze meses e por motivos que não englobem uma atividade remunerada. O *turista* é por seu turno um visitante que durante pelo menos uma noite usufrui de um alojamento coletivo ou privado no local visitado, e por fim, o *visitante do dia* é aquele que não chega a pernoitar no local visitado (tal como o *excursionista*).

Esta tentativa de definição pode ser no entanto criticada desde vários prismas. Desde logo por que ideia de ambiente habitual é arbitrária e “(...) introduz falta de rigor na determinação dos fluxos turísticos, na sua avaliação e na investigação dos efeitos económicos e sociais que provocam.” (Cunha, 2010:7). Do mesmo modo a questão da passagem de uma noite é problemática pois põe de lado todos os visitantes que optam por pernoitar em casas que não sejam de alojamento turístico, ou mesmo que optam por não pernoitar. Igualmente nem todo o indivíduo que usufrui de um alojamento turístico pode ser classificado como turista ou mesmo visitante.

Estas definições pecam pela desconsideração de outras dimensões que não apenas as referidas, como a duração, localização, motivo da visita, etc. O turismo é um fenómeno que vai além destas dimensões, ele envolve interações entre indivíduos, o uso de recursos, contextos económicos, ambientais e sociais diversos e complexos, pelo que são variadíssimos pontos de análise da atividade turística que atravessam a Sociologia, Antropologia, Psicologia, Economia, Geografia Humana, etc.

Com isto queremos dizer que o turismo e o turista devem ser compreendidos para além de uma visão puramente técnico-institucional e claramente influenciada pela economia, como as que apresentámos até agora. Ela deve considerar uma visão heurística, capaz de satisfazer os investigadores que procuram escapar à visão técnica e procurar uma abordagem científica e académica que explique não apenas para onde vai e o que consume, mas sim, por exemplo, porque vai e porque consume. Falamos portanto de comportamento.

Vejamos a sugestão de Leiper (1990) que define o turista como

(...) a person travelling away from their normal residential region for a temporary period, staying away at least one night but not permanently, to the extent that the behaviour involves a search for leisure experiences from interaction with features or environmental characteristics of the place(s) they choose to visit. (1990:10).

Nesta definição vemos considerados os atributos que para o autor são essenciais para uma definição

do tipo comportamental, como a deslocação, a duração, o espaço-tempo da atividade, a relação entre o turista e alguma parte característica do local de visita. No entanto, outras propostas devem ser consideradas.

Cohen (1974), por exemplo, focou a sua definição na ideia de expectativa de prazer: “A voluntary temporary traveller, travelling in the experience of pleasure from the novelty and changed experience on a relatively long and non-recurrent round-trip.” (Cohen, 1974:533). Para este autor o turista procura uma experiência que lhe traga a novidade, sendo essa novidade o que mais atrai o turista. Serve para reforçar que a deslocação do turista é em busca da satisfação dos seus desejos, sejam eles puramente a procura pela novidade, pela fantasia ou pela semelhança

Neste exercício Cohen procurou ainda diferenciar os tipos de turistas existentes, escapando à definição generalizada do turista. Para tal isola as dimensões características do fenómeno turístico e constrói uma ‘árvore concetual’ capaz de identificar e diferenciar cumulativamente tipos de turistas marginais.

Este não foi o único autor a produzir tais diferenciações. Por exemplo, para Smith (1977), os turistas podem ser agrupados em categorias gradativas de ideal-tipo que vão do *explorador*, *elite*, *excêntrico*, *incomum*, *massa incipiente*, *massa*, e *charter*. Consideramos parte do nosso objeto de estudo o tipo de *turista charter*, que procura um serviço pré-organizado com acomodações estandardizadas de acordo com os padrões ocidentais, e um local com bom clima e temperatura, num ambiente familiar a um preço acessível. Abaixo deixamos o quadro adaptado de Smith (1977) para análise, onde se podem ver os tipos de turista relacionados com o seu volume, a sua

Tipo de Turista	Volume	Capacidade de Adaptação	Expectativa
Explorador	Muito Limitado	Total	Destino intocado
Elite	Muito Escasso	Total	Partilhar destino de forma pré-organizada
Excêntrico	Pouco Frequente	Elevada	Fugir aos circuitos e a multidões
Incomum	Exporádico	Aceitável	Visitar sem explorar ou ir a lugares remotos
Massa Incipiente	Fluxo Constante	Reduzida	Comodidade e autenticidade em pequenos grupos
Massa	Fluxo Contínuo	Mínima	Comodidades idêntica ao lugar de origem
Charter	Fluxo Contínuo	Mínima	Comodidades idêntica ao lugar de origem

Tabela 1: Relação entre tipo de turista, volume, capacidade de adaptação e respetiva expectativa. Adaptado de Tribe (1997)

expectativa e capacidade de adaptação ao destino:

Sendo o nosso foco central de análise o turista a que Smith classifica de *charter*, a nossa proposta

de definição de turista enquadra-se nas definições abrangentes ou generalizadas de turista. Desse modo passamos a considerar a seguinte definição: turista é um(a) visitante que se desloca e pernoita temporariamente num espaço/lugar procurando satisfazer necessidades e desejos, relacionando-se e interagindo com residentes e elementos mediadores das atividades que pratica com esse intuito.

De forma a demonstrar com clareza os conceitos e definições aqui apontados colocámos também a seguinte ilustração:

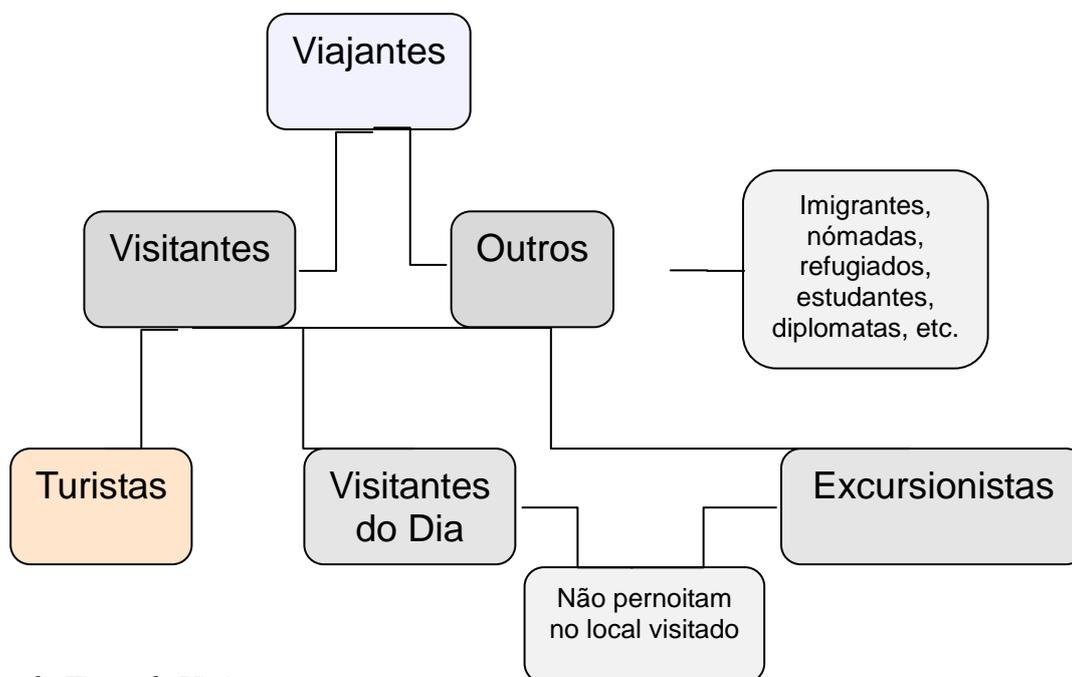


Ilustração 2: Tipos de Viajantes.

No que se refere ao conceito de Turismo foram vários os autores que até ao período pós-Segunda Guerra Mundial o procuraram definir e que colocaram em destaque quatro premissas elementares na sua definição: as suas relações e fenómenos não explicitados, a deslocação para fora da residência habitual, o facto de não poder ser uma atividade remunerada, e a inclusão de turismo doméstico e recetor (Cunha, 2010:11).

Todavia, com a cada vez maior produção teórica dedicada ao tema, sobretudo na década de 1970 com as contribuições da antropologia e sociologia emergiram definições com destaque que procuravam diferenciar conceptualmente o Turismo de atividades próximas, como a proposta de Kaspar (1981) é exemplo: “(...) o conjunto das relações e fenómenos resultantes da viagem e da estada de pessoas para as quais o lugar da estada não é nem a residência principal e durável nem o lugar usual de trabalho.” (apud Cunha, 2010:11).

Na mesma linha, Cuervo havia publicado no México em 1967 uma teoria que sugeria o turismo como algo que deveria ser entendido como um *meio de comunicação humana*, “(...) o turismo é um conjunto bem definido de relações, serviços e instalações que se geram em virtude de certos

deslocamentos humanos.” (Cuervo, 1967:29). Uma comunicação assente, para Wahab (1977), no movimento de pessoas, e portanto ideal para o estudo comportamental do ser humano.

Mathieson e Wall (1982) introduzem na sua definição de turismo também as condições que são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas, contribuindo com um dado novo, o da oferta e da procura turística. Também Smith (1988) e (Ryan 1991) sugerem uma definição assente na batuta do negócio ('business') de forma a diferenciar o turismo de outras atividades. Aqui podemos notar a influência da economia no estudo do turismo e que emerge como posição dominante na década de 1980: “(...) in order to conceptualise tourism adequately academics need to go beyond the economic and appreciate the relationships of tourism, leisure and recreation with other social practice (...)” (Pernecky, 2010:3). A preponderância do pendor economicista persistiria em outros autores posteriores:

O turismo, na sociedade moderna, pode ser definido como um conjunto de diversas atividades econômicas incluindo transportes, hospedagens, agenciamento de viagens e práticas de lazer, além de outras ações metodológicas que produzem riquezas e geram empregos para muitas regiões e países. (Lage & Milone, 1998:30)

Tal postura acaba por inquinhar os estudos desenvolvidos sobre o tema já que “(...) muitas vezes o turismo é visto apenas em seu aspeto técnico, estatístico, mecânico, sem levar em consideração os fatores subjetivos dos viajantes, das pessoas, que devem ser o ponto fundamental do fenômeno e irradiador de novas expressões humanas socioculturais.” (Lohmann & Netto, 2011:93). Esta clara tendência de abordar de forma segmentada o fenômeno turístico demonstra que a relação entre o turismo e o sistema de produção continua a determinar o conhecimento que dele obtemos: “(...) o turismo nasceu e se desenvolveu com o capitalismo. A cada avanço capitalista, há um avanço do turismo.” (Moesch, 2000:9).

Já Leiper (1990)⁹ inferiria de forma simplificada que o turismo é apenas um “(...) conjunto de ideias, de teorias e ideologias, de ser turista, sendo o comportamento de pessoas dentro das regras do turismo (...)” (*apud* Coelho, 2007:11). Aqui o turismo é sugerido apenas desde uma perspectiva de uma construção social generalizada, tendo como base o comportamento, as regras e as pretensões, e ignorando a importância das relações. Um erro que mina a sua posição e que como acontecia com as posições mais economicistas, ignora as relações e subvaloriza o fenômeno em si.

Tribe (1997) considera que o Turismo é mais complexo que uma construção social ou um comportamento, é a “(...) soma dos fenômenos e relações resultantes da interação nas regiões emissoras e recetoras, dos turistas, fornecedores de negócios, governos, comunidades e ambientes.” (Tribe, 1997:641). A sua contribuição resume-se aqui à consideração de várias dimensões vitais,

⁹ Leiper (1979) assume inicialmente uma postura face ao turismo do tipo económico-institucional que vê o turismo como uma indústria.

nomeadamente, relacionadas com os turistas, com os negócios, com a comunidade anfitriã, e com o seu ambiente, e tanto com os governos anfitriões como com os países emissores de turistas. É incluído o critério de “espaço”, regiões que recebem e emitem.

A consideração dos governos e regiões emissoras e recetoras é vital e escapa a alguns autores contemporâneos como Andrade (1997), para quem o Turismo é “(...) o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento.” (*apud* Malta, 2010:26).

O Turismo enquanto prática social está balizada por várias premissas, desde logo é uma prática excecional ou não quotidiana que exige uma deslocação ou viagem num movimento de retorno e que procura ser extraordinária. Dado que parte dos envolvidos, os recetores, se encontram em trabalho (ou pelo menos não se enquadram numa situação de lazer), a interação entre estes e os turistas tende a permitir contacto com diferentes culturas e diferentes ocupações. Algo que à partida deve ser considerado também quando falamos em turismo.

O Turismo é mobilizador não só dessa tal rede de atores sociais, que vão do turista ao promotor e profissional de turismo, passando pelos autóctones, 'indiferentes', ou não, à sua passagem. Ou seja, é-lhe, enquanto processo, inerente uma articulação de serviços e pessoas que são preparados desde antes da sua chegada até ao dia em que partem, é assim constituído por vários segmentos individualmente vitais para o seu sucesso.

Goeldner et al (2002) colocam novamente em evidência as relações e a interação que a atividade provoca, sublinhando toda uma dimensão social por muitos autores, como vimos, relegada ou ignorada. Ele considera o turismo como “(...) a soma de fenômenos e relações originadas da interação de turistas, empresas, governos locais e comunidades anfitriãs, no processo de atrair e receber turistas e outros viajantes (Goeldner et al, 2002:23). O Turismo vai mais além do mercado, dos espaços, das relações e interações e assim “(...) pode ser visto como reflexo de práticas sociais e que envolve também representações sociais.” (Lohmann & Netto, 2011:92).

Numa tentativa de simplificar a definição de turismo, é a definição de Leiper (1990:10) que considera que o “Tourism is a set of ideas, the theories or ideologies, for being a tourist, and it is the behaviour of people in touristic roles, when the ideas are put into practice.”. Uma postura assente na perspetiva comportamental e que relega totalmente a componente económica do mesmo o que, na nossa opinião, a torna desde logo incapaz de a definir adequadamente.

A dispersão de definições parece comprovar a existências de inúmeros modelos analíticos incapazes de captar a complexidade do tema e produzir novos conhecimentos, arrastando o domínio das posturas dominantes no discurso técnico-científico do turismo, em particular os discursos opostos

pró e contra o turismo.

Por exemplo, Cunha (2010) identificou um conjunto de elementos que considerava obrigatórios na definição de Turismo, atribuindo particular destaque à centralidade do consumidor e a importância dos recursos, bem como, a importância da interpenetração entre a procura e a oferta para a compreensão do turismo. Assim, o autor sugere a seguinte definição de Turismo: “(...) conjunto das atividades lícitas desenvolvidas por visitantes em razão das suas deslocações, as atrações e os meios que as originam, as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades e os fenómenos e relações resultantes de umas e outras.” (Cunha, 2010:19).

Ainda assim, esta definição encontra fissuras em vários pontos. Desde logo algumas atividades ilícitas estão “envolvidas” no turismo, como o turismo sexual, bem como, a busca de uma necessidade satisfeita não explica o turismo, ele vai além da comum necessidade. Podemos dizer mesmo que há uma busca por serviços e/ou condições particulares que procuram ser satisfeitas, sejam estas definidas como “desejos” ou outro conceito semelhante. Finalmente a continuidade da relevância dada à ideia de deslocação para consumo, mostra que o Turismo continua a ser balizado por conceitos economicistas deixando para segundo plano as questões sociais, como resto o destaque dado às atrações e facilidades criadas para o mesmo consumo, também presentes, o sublinham.

Consideramos que o foco da definição de Turismo deve residir no seu objeto, o indivíduo, o turista. Nas suas atividades, interações e relações com o espaço recetor, concretamente residentes, governo local, agências e operadores turísticos, mas também com o espaço emissor. Aos governos, agências e operadores chamados de *mediadores* e podem ser ainda incluídos outros como outros turistas e visitantes, organizações não governamentais (por exemplo de proteção ambiental) e outras instituições, mas também aspetos físicos e paisagísticos, pois também a geografia pode condicionar e interferir nessas relações e interações. Um último aspeto que levamos em conta são os resultados que derivam de todo este processo, por vezes definidos como consequências, impactos e/ou impactes, e que são parte integrante do mesmo tanto no espaço recetor como emissor.

Esta exposição deve ser considerada como mais do que uma refutação, desde um prisma operacional, das propostas anteriores pois todas as propostas terão pontos fortes e fracos. O problema principal neste debate é encontrar uma definição que seja aceite transversalmente por várias jurisdições políticas (Smith, 1995:39) e científicas. Nessa linha pretendemos aqui contribuir com uma definição que busca esse compromisso de transversalidade: “Operational definitions must be judged on their ability to deal with the great majority of cases, not highly unusual situations.” (Smith, 1995:26).

Desta forma definimos Turismo como o: conjunto de atividades, interações e relações temporárias entre turistas, residentes e mediadores (públicos e privados) estabelecidas em resposta às

necessidades e desejos dos turistas e seus resultados no espaço recetor e emissor.

Em virtude da construção de novas formas institucionais de entender o Turismo reconhecemos a noção de *turismo alternativo*, referente às práticas de pequena dimensão onde o contacto direto com as comunidades, o encontro com “outro” na sua dimensão étnica, são o principal propósito. Isto em total contraponto com a tipologia que destacámos como objeto de estudo desta investigação, é uma construção próxima daquilo a que a OMT na Conferência de Tamanrasset (1989) classificaria de “turismo responsável e tendencialmente sustentável”, com direito a um “novo turista” com definição própria:

(...) o *viajante*, o indivíduo que se desloca para visitar destinos diferentes do de residência habitual, por períodos de tempo limitados e variáveis, com o objectivo de lazer através do desenvolvimento de atividades propensas ao conhecimento e ao enriquecimento pessoal através de mecanismos de auto-aprendizagem pelo contacto directo e fundamentado no respeito mútuo com povos, culturas e ambientes naturais diferentes. (Brito, 2000:11)

O quadro seguinte pretende então organizar esquematicamente os vários conceitos chave tratados neste ponto:

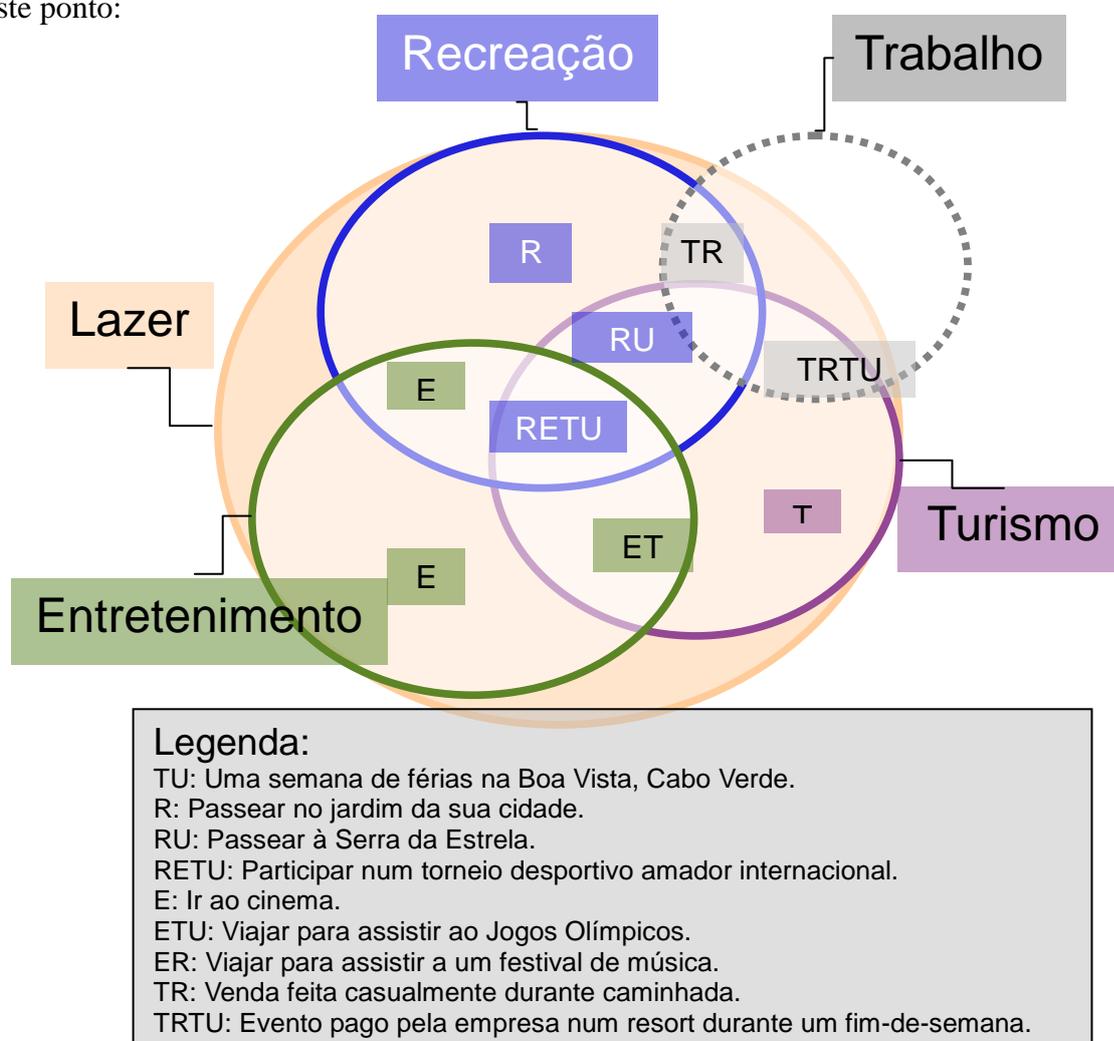


Ilustração 3: Relações entre Lazer, Turismo, Recreação, Entretenimento e Trabalho. Adaptado e modificado de Warn (1999) com alguns exemplos.

2. Classificações e Tipologias do Turismo

De acordo com Cunha (2009), o Turismo pode ainda ser classificado consoante os denominadores selecionados, entre estes: segundo a origem dos visitantes, as repercussões na balança de pagamentos, a duração da permanência, o grau de liberdade administrativa, e a organização da viagem.

No que toca ao primeiro denominador o turismo pode ser doméstico ou *interno* (quando residentes se deslocam apenas dentro do seu país), *recetor* (quando residentes de um país recebem viajantes de um ou mais países), e *emissor* (residentes de um país que visitam outro). Igualmente, e consoante a combinação destas classificações, podem geminar-se ainda um turismo *interior* (dentro do seu país), turismo *nacional* (dentro do seu país e noutros países), e turismo *internacional* (deslocações para fora do país).

De acordo com o segundo critério o turismo pode obter uma classificação de *externo passivo* e *externo ativo*. Externo passivo quando permite a entrada de divisas e vantagem comercial para o seu país (turismo de exportação). E turismo externo ativo quando possibilita a saída de divisas, e portanto a desvalorização da balança comercial do país (turismo de importação).

No que se refere à duração da permanência esta está diretamente relacionada com o destino, ou destinos da viagem. Estes podem ser distinguidos como *destino principal* (onde o visitante permanece mais tempo), *destino a distância máxima* (local visitado a maior distância do destino principal), e *destino motivante* (preferencial ou motivador da viagem). Como vimos depende sobretudo da capacidade, condições e atrativos, que os locais de visita dispõem para segurar os turistas nos vários destinos onde consideram ser mais vantajoso. Consoante a duração da estada do turista nos locais determina-se se é um turismo de passagem ou de permanência.

Já o grau de liberdade administrativa refere-se à liberdade de movimentos concedidos ao turista no país recetor, podendo ser classificado como *turismo dirigido* (condicionado) e *turismo livre*. Atualmente existe uma forte tendência para um turismo livre visto que se reconhece a importância do turismo, através da satisfação do turista, para a economia dos países recetores. Finalmente, a classificação de acordo com a organização de viagem, é evidente, e pretende diferenciar o *turismo individual*, desenhado e definido livremente pelo turista, do *turismo coletivo*, preparado e organizado por operadores ou uma agência de viagem, usualmente, para um público plural, coletivo ou de grupo.

Passando para a questão do tipo de turismo há que antes de mais recordar que apesar dos múltiplos tipos de turismo publicitados e sugeridos, sobretudo pelos operadores e agências de turismo, tais designações procuram sobretudo uma vantagem comercial destacando certas características ou imagens associadas, e não podem ser consideradas como tal. Os tipos de turismo aqui apresentados

são uma referência a uma designação geral e ampla onde muitas vezes tais designações errôneas se enquadram. Assim importa reter que existe

(...) uma relação direta entre os motivos que levam as pessoas a viajar e as características dos diversos destinos (...). Com efeito, um destino pode, simultaneamente, pelas suas características e pela diversidade de atrativos que oferece, corresponder a motivações culturais, profissionais, desportivas e outras. (Cunha, 2009:47)

Deste modo, e de forma sucinta, apresentamos os seguintes tipos de turismo: turismo de *recreio* (turismo balnear, belezas naturais ou grandes centros urbanos), turismo de *repouso* (recuperação física e mental), turismo *cultural* (centros culturais e património), turismo *étnico* (contacto com grupos humanos tido como exóticos para os turistas), turismo de *natureza* (ambiental ou ecológico), turismo de *negócios* (congressos, exposições, e centros urbanos ou industriais), turismo *desportivo* (manifestações desportivas), ou até cenários de inter-relação entre os anteriores. Novamente deixamos abaixo uma ilustração respetiva às classificações e tipologias de turismo:

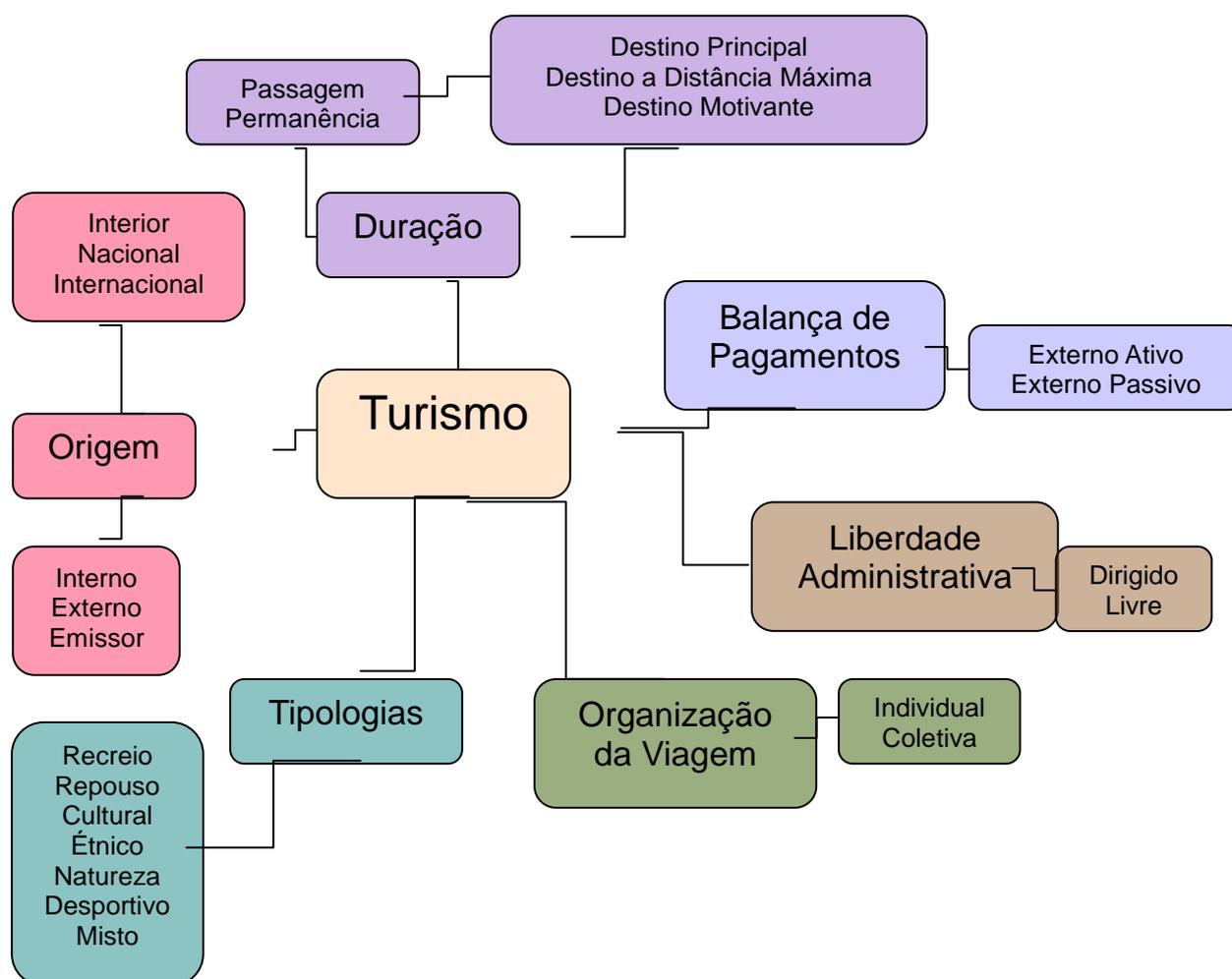


Ilustração 4: Classificações e Tipologias de Turismo, Cunha (2009).

3. Turismo: sector económico, indústria, ciência, fenómeno ou atividade?

O Turismo é muitas vezes considerado de formas tão distintas como uma indústria (“sem chaminés”), um sector económico, uma nova e emergente ciência, um fenómeno social ou até como atividade económica. Neste ponto, pretendemos verificar qual a forma mais adequada de classificar Turismo.

Turismo enquanto indústria. Muitas vezes foi e é assim classificada, sobretudo em contextos económicos ou comerciais. Entre os autores que assim o classificam temos Beni (2001) ou Leiper (1979). De facto, não existe qualquer fábrica com uma linha de montagem de turismo onde este seja embalado e distribuído, apesar de inúmeros produtos existirem e serem escoados para o mercado.

Concordamos com Crompton quando este esclarece que

There is no tourism industry per se. There is a hotel industry, a restaurant industry, an airline industry, and together with dimensions of other such as automobile, shipping and advertising industries, they are involved in meeting the needs and desires of various types of travelers. (Crompton, 1990:3)

Para que o turismo seja uma indústria, teríamos de o resumir à transformação, “montagem de pacotes turísticos”, distribuição, e consumo direto, por parte dos turistas. No entanto, os produtos consumidos por turistas são também consumidos por não turistas.

Os pacotes turísticos são preparados e apresentados por empresas especializadas que vendem esse serviço que é então procurado pelos turistas. Portanto, o turismo enquadra-se no sector Terciário (Serviços) e não no sector Secundário (Indústria). O próprio Leiper (1990) viria a corrigir a sua posição afirmando que foram as tentativas de definição de turismo no início do século XX por parte de economista que influenciaram a perceção e noção generalizada de que o turismo era uma indústria.

Uma ideia falaciosa e um caso que se havia de repetir na ideia de que o turismo era um sector de Marketing, ou ainda, um sector económico ou um mercado. Se um sector económico é delimitado pelos bens ou serviços que produz, no turismo coexistem uma grande variedade de produções, determinadas apenas pela procura e indiferenciada em termos de oferta (Sarmiento, 2008:99).

Por outras palavras, o turismo viola a definição e as características bem delimitadas do que representa um sector económico, dada a sua natureza penetrante, transversal e tantas vezes indiferenciável¹⁰. Estes são exemplos de como se pode confundir o todo pelas suas partes, isto é, o turismo não é uma indústria, um mercado, um setor económico ou parte integrante de marketing, mas sem dúvida depende de várias indústria, muitas transações constituem um mercado, uma parte ocupa o setor económico e o marketing é um setor essencial para o seu funcionamento.

O turismo é também entendido por alguns autores como uma ciência, ou pelo menos com potencial

¹⁰ Ver Chadwick, Robin (1994) Concepts, definitions, and measures used in travel and tourism research. Chapter 7 in Richie, B. & Goeldner, C. “Travel and Tourism Hospitality Research. John Wiley & Sons.

para tal apesar da sua juventude e de alguma superficialidade nos seus estudos (Jovicic 1988; Comic, 1989; Rogozinski, 1985; Leiper, 2000). O pressuposto é de que a criação de uma 'turismologia' poderia por termo à dispersão teórica e metodológica dedicada ao tema. Todavia partilhamos a posição de que o turismo não tem aprofundamento técnico-científico que justifique tal classificação (Dann, Nash e Pearce, 1988; Jafari, 1990; Pearce e Butler, 1993; Ignarra 1999). Ademais, a produção científica dedicada ao tema é muito pequena e sem grande representatividade ao nível internacional e isso devendo-se ao carácter eminentemente económico do grosso dos trabalhos desenvolvidos (Barreto, 2004). A operacionalização do Turismo está nas mãos de técnicos especializados e não da investigação científica e da academia.

Moesh (2002) acusa os estudiosos de não delimitarem uma epistemologia comum, deixando os seus trabalhos caírem apenas numa análise pragmática. Outros autores como Burns (1999) afirmam que o descrédito provém também do enfoque dominante dos trabalhos desenvolvidos por antropólogos e sociólogos sobre este tema, que parecerem delimitados por fronteiras de classe e de cultura:

É útil perguntar se não existirá uma espécie de sobrançeria no que escrevem a respeito do turismo 'de massas', e da sua construção social ou suposição de que esse turismo está de alguma forma errado e nem sequer é apreciado pelos consumidores. Esta conjuntura não parece basear-se em pesquisa empírica: são opiniões que surgem do facto de se trabalhar e viver num ambiente essencialmente branco de classe média. (Burns, 1999:33-34)

Uma teoria científica exige elaboração de várias hipóteses que são testadas de forma a construir ideias que se instituem como pedras basilares desse saber. Boullón (2002) não acredita que esse momento chegou. Para Fuster (1970), Witt, Brooke e Butler (1991), ou Echtner e Jamal (1997) não existe tal ciência mas é necessário uma abordagem científica ao turismo, trabalhando em articulação com outras ciências, uma abordagem interdisciplinar. As técnicas gerais do turismo escapam a algumas áreas do conhecimento pelo que qualquer estudo sobre o fenómeno corre o risco de encontrar múltiplas explicações paralelas que proveem de áreas específicas.

O Turismo é algo integrado e complexo, exige uma visão holística. Como tal autores como Leiper (1990) e Lohmann & Netto (2011) defendem que deve ser interpretado como um sistema. Uma abordagem baseada na Teoria Geral dos Sistemas (Sessa, 1986), pois “(...) é um sistema socioeconómico, segundo procedimentos lógicos e planeados, estabelecendo a interconexão e as interações que existem entre esse sistema, a organização que ele determina, seus comportamentos e seus objetivos.” (*apud* Lohmann & Netto, 2011:87).

Este fenómeno seria interpretado como um sistema turístico, cujo objetivo fundamental é de proporcionar aos turistas condições para que estes deixem momentaneamente o seu quotidiano e partam em busca de experiências gratificantes noutros lugares. Pretensões e intenções à parte, para que seja considerada uma ciência, o Turismo necessita ainda de uma linguagem própria,

universalmente aceite (Boullón, 2002). Por este motivo conclui-se que não será uma ciência mas sim uma atividade humana abordada por várias disciplinas científicas:

Se partirmos da ideia de que a ciência é uma forma de explicar, compreender ou interpretar a realidade e de que o turismo é uma atividade ou uma prática que implica movimento de pessoas em situações definidas com utilização de determinados equipamentos e serviços, está claro que turismo não é ciência, nem fazer turismo ou trabalhar na área de turismo é fazer ciência. (Barreto & Santos, 2005:360)

Não sendo então uma ciência, nem uma indústria ou sector económico, o Turismo é ainda por vezes entendido como um fenómeno. Acreditamos que tal definição não é necessariamente incorreta mas peca por ser vaga. Trabalhar o conceito de turismo exige um aprofundamento. Boullón (2002) considerava o Turismo também um fenómeno, mas especificamente um fenómeno socioeconómico. Este fenómeno exige que o elemento humano esteja no cerne dos trabalhos desenvolvidos pelos investigadores. Centeno (1992), por exemplo, considerava possível formular uma teoria científica do turismo desde uma perspetiva fenomenológica. O objeto de investigação deste fenómeno é o Homem. É ele que ao interagir faz transbordar os factos turísticos em fenómenos, como tal o conhecimento dos aspetos sociais do objeto é alcançável nos estudos turísticos.

Nessa linha entendemos o Turismo como um fenómeno que deriva de uma atividade. Uma atividade predominantemente económica, pois a reconhecemos como escassa, que procura satisfazer o consumidor, e que está “articulada com negócios, turistas, sociedades, ambiente, entre vários aspetos, tendo como finalidades essenciais a esfera social, económica, territorial e patrimonial” (Sarmiento, 2008:100). Não excluimos classificações mais abrangentes como fenómeno ou sistema turístico pois, como vimos, o Turismo deve ser concebido na totalidade, considerando tanto as dimensões económica, política, cultural, etc., mas optamos por classificar turismo como atividade.

Conclusão

Investigar o tema do turismo está longe de se resumir ao simples calculo contabilístico de entradas e saídas de turistas, ou contrastar investimentos públicos e privados com a entrada de divisas. Ainda assim, são estes e muitos outros indicadores económicos que continuam a dominar o nosso olhar sobre o turismo subjugando a sua diversidade e complexidade.

Da sua riqueza e profundidade histórica, passando pela sua influência no desenho de políticas públicas, até aos seus impactos mais diretos nas comunidades recetoras e emissoras e, claro, nas complexas relações que se estabelecem entre turistas e anfitriões e suas implicações, o turismo reúne em si uma plataforma riquíssima que é capaz de abarcar inúmeras disciplinas humanas e sociais e assim representar um enorme potencial para a produção teórica em torno do comportamento humano.

O debate conceptual do turismo e de conceitos anexos e periféricos demonstra riqueza e justifica o crescente interesse por parte das ciências sociais sobre esta atividade. O turismo tem ganhado espaço em várias disciplinas científicas e gradualmente, embora de forma lenta, desviando a sua postura economicista e recolocando o homem no centro das suas atenções.

Os trabalhos produzidos por outras disciplinas científicas sociais e humanas, podem acelerar o processo de cruzamento e interdisciplinaridade que, como vimos, este tema exige. Nela a Sociologia tem a oportunidade de abordar um fenômeno que trespassa sociedades, culturas, classes, religiões, fronteiras, instituições, etc. Apesar de ainda ter muito trabalho pela frente, a Sociologia do Turismo merece já reconhecimento e valor nas produções científicas publicadas, e talvez por isso, mais sociólogos venham no futuro a escolher este tema.

Bibliografia

- Baudrillard, Jean (1995) *A Sociedade de Consumo*. Lisboa/Portugal: Edições 70.
- Barretto, Margarita (2004) “Relações entre visitantes e visitados: um retrospecto dos estudos sócio antropológicos”, *Revista Turismo em Análise*, Vol. 15, Nº 2, pp. 133-149.
- Barretto, Margarita, Santos, Rafael (2005) “Fazer Científico em Turismo no Brasil e seu Reflexo nas Publicações”, *Turismo - Visão e Ação* - vol. 7 - n.2 p. 357 - 364 maio / ago. 2005. Disponível a 12/09/2011 no sítio: <http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/531/458>
- Bates, Ernest (1911) *Touring in 1600: A Study in the Development of Travel as a Means of Education*. London: Constable
- Beni, Mario (2001) *Análise Estrutural do Turismo*. Quinta edição, São Paulo: Editora Senac.
- Boullón, Roberto (2002) *Planejamento do espaço turístico*. Bauru: EDUSC.
- Boyer, Marc (2000) *Histoire de l'invention du Tourisme dans le Sud-Est de la France XVIe-XIXe, 2000*. Monde En Cours. La Tour d'Aigues. Ed. L'Aube.
- Bruhns, Heloísa (1997) “Turismo e Lazer: Viajando Com Personagens”, em Teresa Luchiari. (Org.). *Turismo e Meio Ambiente*. Textos didáticos 31, v. 2. 1ªed. Campinas SP: IFCH /UNICAMP.
- Burns, Peter (1999) *An Introduction to Tourism and Anthropology*. London: Routledge.
- Casson, Lionel (1974) *Travel in the Ancient World*. London: Allen and Unwin.
- Centeno, Rogelio (1992) *Metodología de la investigación aplicada al turismo*. México: Trillas.
- Coelho, Júlio (2007) *Um Índice de Desenvolvimento Turístico Baseado no Ciclo de Vida de Um Destino Turístico: Uma Abordagem Teórica*. IX Reunión Económica Mundial – Madrid / 2007, 26 e 27 de Abril (Acta de Congresso).
- Comic, D. (1989) *Tourism as a Subject of Philosophical Reflection*. *Revue de Tourisme* 44 (2): pp. 6-13.
- Crompton, J (1990) *Tourism Research: Redirections for the Nineties*. Closing address presented at the outdoor recreation trends symposium III in Indianapolis.
- Cuervo, Raimundo (1967) *El turismo como medio de comunicación humana*. México: Departamento de Turismo do Governo do México.
- Cunha, Licínio (2009[2001]) *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Cunha, Licínio (2010) *A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário*. ReCiL - Repositório Científico Lusófona. Disponível a 19/09/2011 no sítio: <http://recil.grupolusofona.pt/bitstream/handle/10437/665/A%20Defini%C3%83%C2%A7%C3%83%C2%A3o%20e%20o%20C3%83%E2%80%9Ambito%20do%20Turismo.pdf?sequence=1>
- Dann, G., Nash, D., e Pearce, P. (1988) *Methodology in tourism Research*. *Annals of Tourism Research* 18, pp. 115-169.
- D'Arms, John (1970) *Romans on the Bay of Naples. A Social and Cultural Study of the Villas and Their Owners from 150BC to AD400*. Cambridge MA: Harvard University.
- Dieke, Peter (2000) *Developing Tourism in Africa: Issues for Policy Consideration*. Disponível a 13/09/2011 no sítio: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20zona%20africa/DELOPING%20TOURISM%20IN%20AFRICA.PDF>
- Dumazedier, Joffre (1973) *Lazer e cultura popular*. São Paulo: Perspectiva.
- Echtner, Charlotte, Jamal, Tazim (1997) *The Disciplinary Dilemma of Tourism Studies*. *Annals of Tourism Research*, 23 (3), pp. 563-575.
- Fortuna, Carlos, Ferreira, Claudino (1996) *O Turismo, o Turista e a (Pós)Modernidade*. Oficina do CES, Nº 80 Outubro 1996, Coimbra.
- Friedlander, Ludwig (1965) *Roman Life and Manners Under the Early Empire*. Translated by L. A. Magnus (1907), reprinted edition (4 vols). London: Routledge and Kegan Paul.
- Fuster, Fernández (1970) *Teoria y Técnica del Turismo*. 2ª ed., Madrid: Nacional.
- Goeldner, Charles, Ritchie, Brent, McIntosh, Robert (2002) *Turismo Princípios, Prática e Filosofia*.

- 8ª Ed. Porto Alegre: Bookman.
- Ignarra, Luiz (1999) *Fundamentos do turismo*. São Paulo: Pioneira
- Jovicic, Z. (1988) *A Plea for Tourismological Theory and Methodology*. *Revue de Tourisme*, 43(3): pp. 2-5.
- Kaspar, Claude (1981) *Loisirs, Recreation, Tourisme – Une Introduction au theme generale du 31º Congrès AIEST – Leisure – Recreation – Tourism*. 31º AIEST Annual Congress, Cardiff.
- Lage, Helena, Milone, Paulo (1998) “Impactos Socioeconômicos do turismo”, em *Revista de Administração*, V.33, n.4 Outubro/Dezembro, pp. 30-44. São Paulo.
- Lash, Scott, Urry, John (1994) *Economies of signs & space*. London: Sage Publications.
- Leiper, Neil (1979) *The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism and the Tourist Industry*. *Annals of Tourism Research*, 6(4), pp. 390-407.
- Leiper, Neil (1990) *Partial industrialization of tourism systems*. *Annals of Tourism Research*, 17, pp. 600-605.
- Leiper, Neil (2000) *An Emerging Discipline*. *Annals of Tourism Research*, 27(3), pp. 805-809.
- Lickorish, Leonard & Jenkins, Carson (1997) *An Introduction to Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Lohmann, Guilherme, Netto, Panosso (2008) *Teoria do Turismo – Conceitos, Modelos e Sistemas*. Editora ALEPH, São Paulo.
- Malta, Guilherme (2011) *Turismo e Desenvolvimento: análise de uma complexa relação considerando as abordagens e concepções presentes na literatura do turismo*. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Minas Gerais - Departamento de Geografia, Minas Gerais, Brasil.
- Marcelino, Nelson (1996) *Estudos do Lazer - uma introdução*. Campinas/SP: Autores Associados. Coleção educação física e esportes.
- Mead, William (1914) *The Grand Tour in the Eighteenth Century*. New York: Houghton Mifflin.
- Moesch, Marutschka (2000) *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto.
- Ouriques, Helton (2008) “Elementos para uma crítica do turismo na economia-mundo capitalista”, em *II Colóquio Brasileiro em Economia Política dos Sistemas-mundo*. Florianópolis.
- Parks, George (1954) *The English Traveler to Italy. The Middle Ages (to 1525)*. Rome: Edizione Storia e Letteratura.
- Pearce, D., Butler R. (1993) *Tourism Research: Critiques and Challenges*. London: Routledge.
- Pernecky, Tomas (2010) “The Being of Tourism”, em *The Journal of Tourism and Peace Research*, 1 (1), pp. 1-15.
- Requixa, Renato (1980) “As dimensões do lazer”, em *Revista Brasileira de Educação Física e Desporto*. Nº. 45, pp. 54-76.
- Rogozinski, K. (1985) *Tourism as a Subject of Research and Integration of Sciences*. *Problemy Turystyki*, 4: pp. 7-19.
- Ryan, Chris (1991) *Recreational Tourism: A Social Science Perspective*. London: Routledge.
- Sarmiento, Eduardo (2008) *O Turismo Sustentável como facto de desenvolvimento das pequenas economias insulares: o caso de Cabo Verde*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Sarmiento, Eduardo (2009) *Uma perspectiva socioeconómica sobre a potencialidade do turismo na economia angolana*. 1º Encontro Luso-Angolano em Economia e Sociologia e Desenvolvimento Rural. Universidade de Évora. Disponível a 19/09/2011 no sítio: http://www.ela.uevora.pt/download/ELA_turismo_desenvolvimento_01.pdf
- Smith, Stephen (1988) *Defining Tourism: A Supply-side view*. *Annals of Tourism*, 15, pp. 179-190.
- Smith, Stephen (1995) *Defining and describing tourism (Chapter 2)*. In *Tourism Analysis: A Handbook*. Essex, England: Longman Group Limited.
- Smith, Valene (1977) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

- Tribe, John (1997) *The Indiscipline of Tourism*. Annals of Tourism Research, vol. 24 n°3, pp. 638-657
- Tribe, John (2000) Indisciplined and Unsubstantiated. Annals of Tourism Research, 27(3), pp. 809-813.
- Wahab, Salah-Eloin (1977) *Introdução à Administração do Turismo*. São Paulo: Pioneira.
- Warn, Sue (1999) *Recreation and tourism: a changing industry*. Londres: Routledge.
- Witt, S., Brooke, M. e Buckley, P. (1991) *The Management of International Tourism*. London: Unwin Hyman.