



Turismo e território: relações e complexidades

Tourism and territory: relationships and complexities

Turismo y territorio: relaciones y complejidades

Aguinaldo Cesar Fratucci < acfratucci@turismo.uff.br >

Líder do Grupo de Pesquisa “Turismo, gestão e território” (CNPq) e Professor Adjunto da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil.

Ensaio produzido a partir das reflexões ocorridas no V Encontro de Turismo e Hospitalidade e no I Seminário Internacional sobre Políticas Públicas de Turismo, organizados pela Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense, entre os dias 25 e 27 de setembro de 2013, na cidade de Niterói, RJ.

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

FRATUCCI, A.C. Turismo e território: relações e complexidades. **Caderno Virtual de Turismo**. Edição especial: Hospitalidade e políticas públicas em turismo. Rio de Janeiro, v. 14, supl.1, s.87-s.96, nov. 2014.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



PATROCÍNIO



Resumo: O presente ensaio busca organizar de forma preliminar algumas reflexões epistemológicas sobre o fenômeno turístico e suas relações e inter-relações com o espaço, a partir de estudos e vivência no planejamento e na gestão de destinos turísticos. Para tanto, adota uma postura metodológica dialógica, tendo o paradigma da complexidade de Edgar Morin como base filosófica. Sem perder de vista ser o turismo um fenômeno complexo característico da contemporaneidade, analisa alguns dos pares de categorias de estudo: espaço-território, planejamento-gestão e fenômeno-atividade, buscando comprovar as relações complementares e recursivas entre eles, sem deixar de lado as suas contradições dialéticas. Por ser ainda um ensaio preliminar, não fecha nenhuma questão, deixando espaço para novos diálogos sobre o recorte temático selecionado.

Palavras-chave: Turismo; Território; Planejamento.

Abstract: This essay aims at organizing in a preliminary manner some epistemological reflections of the author on the tourism phenomenon and his relationships and interrelationships with space from his studies and his experience in planning and management of tourist destinations. Therefore, he adopts a dialogical methodological approach, taking the paradigm of complexity by Edgar Morin as a philosophical basis. Without losing sight of tourism as a complex phenomenon characteristic of contemporaneity, he examines some of the pairs of study categories: space-territory, planning-management and phenomenon-activity, seeking to prove their complementary and recursive relations, without forgetting its dialectics contradictions. Because it is still a preliminary essay it has no conclusive issue, making room for new dialogues about the thematic focus selected.

Keywords: Tourism; territory; Planning.

Resumen: Este ensayo pretende organizar de manera preliminar algunas reflexiones epistemológicas sobre el fenómeno turístico y sus relaciones e interrelaciones con el espacio, tomando como punto de partida sus estudios y experiencia en la planificación y gestión de destinos turísticos. Para ello, adopta un enfoque metodológico dialógico, tomando el paradigma de la complejidad de Edgar Morin como base filosófica. Teniendo en cuenta que el turismo es un fenómeno complejo característico de la contemporaneidad, examina algunos de los pares de categorías de estudio: espacio-territorio, planificación-gestión y fenómeno-actividad, tratando de demostrar sus las relaciones complementarias y recursivas entre ellos, sin olvidar la sus contradicciones dialéticas. Como se trata de un estudio preliminar, no presenta conclusiones definitivas, dejando espacio para nuevos diálogos sobre el enfoque temático seleccionado.

Palavras clave: Turismo; Territorio; Planificación.

Espaços e territórios dialogando com o turismo

Revisitar as categorias Turismo, Espaço e Território, a partir de suas relações e implicações com os processos de planejamento e gestão dos destinos turísticos nos instiga a refletir sobre uma série de pares dialéticos e dialógicos (MORIN, 1999) que permeiam os estudos sobre o fenômeno turístico contemporâneo.

Tais reflexões pretendem avançar para além da compreensão das relações dialéticas que observamos na produção dos destinos turísticos; entendemos que não devemos nos limitar a tentativas para superar as contradições apontadas pelo método dialético. Nesse sentido, não almejamos superar ou eliminar tais contradições, mas sim reconhecê-las e incorporá-las dialogicamente às nossas tentativas de ampliação do conhecimento sobre a produção, o ordenamento e o consumo dos espaços apropriados para o turismo¹.

Para tanto, entendemos que refletir dialogicamente é buscar substituir o esquema “ou... ou” proposto pelo pensamento dialético, que nos leva à lógica da disjunção/separação, pelo esquema “e... e” proposto por Edgard Morin na sua obra “Le vif du sujet” (1969). Partindo dessa premissa metodológica, nos colocamos o desafio de (re)pensar e refletir sobre três pares de categorias tão presentes nos estudos sobre o turismo: espaço-território, planejamento-gestão e fenômeno-atividade. Certamente, com eles não esgotamos todos os pares dialéticos do turismo e, nem é essa nossa pretensão. Outros tantos pares podem e precisam ser identificados e trabalhados como objetos de estudos e reflexões, em outros momentos e em outros fóruns.

A escolha desses três pares específicos deu-se por suas significações nas questões relacionadas aos processos de planejamento e gestão de destinos turísticos, nossa principal área de estudo e de interesse e tema central de dois eventos promovidos pela Faculdade de Turismo e Hotelaria e Turismo da Universidade Federal Fluminense, em setembro de 2013, na cidade de Niterói, RJ².

Sabemos que tais pares estabelecem uma série de relações e interações dialéticas entre si, mas que também se articulam dialogicamente em outros tipos de relações que os tornam complementares entre si, a partir de processos de circularidades e de retroalimentações constantes ou sazonais (MORIN, 1999). Tais relações imprimem suas marcas nos processos de produção dos espaços contemporâneos onde o fenômeno turístico se concretiza, o que as tornam fundamentais para os estudos sobre o ordenamento daqueles espaços e para a proposição de políticas públicas consistentes para a potencialização dos efeitos positivos gerados por aquele fenômeno.

Desde que o turismo passou a ser objeto de estudo de disciplinas mais focadas nas suas variáveis espaciais e culturais (geografia, sociologia, antropologia e urbanismo), as categorias espaço e território vêm sendo utilizadas com bastante ênfase e constância, permeadas por outras como a de lugar e de região (FRATUCCI, 2000a, 2000b, 2008). No que diz respeito à área do turismo e especificamente na América Latina, a categoria de espaço consolidou-se como básica e estruturante graças aos estudos e publicações do professor Roberto C. Boullón (1982, 2002, dentre outros), que introduziu o conceito

1 Optamos pela expressão “para o turismo” e não “pelo turismo”, uma vez que assumimos que o turismo não é o sujeito dos processos de apropriação dos espaços e sim o seu resultado. Os sujeitos daqueles processos são os diversos agentes sociais que o produzem

2 V Encontro de Hospitalidade e Turismo (ENHTUR) e I Seminário Internacional sobre Políticas Públicas de Turismo, ocorridos simultaneamente nos dias 25, 26 e 27 de setembro de 2013, organizados pelos grupos de pesquisa CNPq “Turismo, Gestão e Território”, “Turismo e Inclusão Social” e “Hospitalidade Contemporânea”, da Faculdade de Turismo e Hotelaria da UFF.

de espaço turístico, entendido por ele como a “consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos” acrescidos do “empreendimento e a [d]a infra-estrutura turística” (BOULLÓN, 2002, p.79).

A teoria do espaço turístico proposta por Boullón continua presente na grande maioria dos estudos e das políticas latinoamericanos direcionados para o desenvolvimento turístico, como é o caso do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo do Brasil. Vale lembrar que, para Boullón (2002, p.79), não existem “regiões turísticas”, uma vez que o espaço turístico é sempre descontínuo e entrecortado, o que nos impede de “recorrer a técnicas de regionalização para proceder a sua delimitação porque, de acordo com elas, seria preciso abranger toda a superfície do país ou da região em estudo”. Partindo dos conceitos clássicos de região e de regionalização adotados pela geografia positivista, o autor assume que o conceito de região está diretamente relacionado à noção de diferenciação de áreas e à “ideia de que a superfície da Terra é constituída por áreas diferentes entre si” (CORRÊA, 1995, p. 22). Apesar dos conflitos entre essas duas visões, o conceito reconhecido como região de planejamento tem sido predominantemente adotado pelos governos com a finalidade de estabelecer políticas de controle e ordenamento de seus territórios.

Para os objetivos desse ensaio, nos interessam as categorias de espaço e território e, por isso, não iremos adentrar na discussão sobre as outras categorias e conceitos espaciais que também permeiam os estudos do fenômeno turístico. Primeiramente, nos propomos a revisitar o par fenômeno turístico-atividade turística, visto a partir das ações dos diversos agentes sociais produtores do turismo (FRATUCCI, 2008) e suas repercussões no espaço. Em seguida, avançaremos na busca das contradições e dos possíveis diálogos que podemos observar no par espaço-território quando adotado nos estudos centralizados no turismo. Finalizamos nossas revisitas com o par planejamento-gestão, buscando os diálogos e os conflitos que podem ser percebidos no seu uso nas ações e nos estudos sobre os destinos turísticos.

Por último, porém sem a intenção de fechar a discussão e muito menos de encerrá-la, elencamos algumas possibilidades de diálogos entre aqueles três pares de categorias selecionados, para que nos abram novos metapontos de vista para o estudo dos processos de apropriação de espaços para o turismo, onde as contradições e as incertezas sejam assumidas como parte dos processos e não como problemas a serem eliminados ou superados.

Revisitando algumas categorias para estudo do turismo

Nosso metaponto de vista para esse exercício de reflexão sobre algumas categorias utilizadas nos estudos do turismo contemporâneo está calcado em uma compreensão complexa do fenômeno socioespacial resultante das ações e reações de diversos agentes sociais que produzem o turismo contemporâneo³. Para tanto, partimos do entendimento que complexo não é o mesmo que complicado, mas sim aquilo que é tecido junto, que não pode ser reduzido a uma palavra-chave, a uma lei ou a uma simples ideia; o que é complexo traz consigo a incerteza e a desordem, as ações, interações, retroações e acasos que constituem nosso mundo fenomênico (MORIN, 2005).

O turismo, visto como resultado das ações dos seus diferentes grupos de agentes sociais produtores, constitui-se em um sistema complexo, aberto, dinâmico e em eterno movimento, o que torna

³ Para mais detalhes sobre os agentes sociais produtores do turismo ver FRATUCCI, 2008.

o trabalho de quem o pensa bastante árduo e sempre incompleto. Cada um dos agentes sociais age e interage com os outros agentes sociais de maneira quase sempre aleatória, sazonal e diacrônica, o que nos impede de pensar o turismo como um sistema fechado ou completo. Entretanto, esse movimento entre os diversos agentes sociais sempre se dá em uma dimensão espacial específica, o que torna o espaço um dos pontos de partida para a compreensão de todo o processo de produção do turismo.

Tal processo, operado pelos agentes sociais envolvidos com o turismo, concretiza-se em um fenômeno socioespacial complexo, que tem como face mais visível uma atividade econômica extremamente dinâmica e impactante na contemporaneidade do nosso mundo social.

Fenômeno-atividade turística

Os processos de apropriação de trechos do espaço pelos diversos agentes sociais produtores do turismo, conhecidos como turistificação (KNAFOU, 1999), resultam no acontecer de um fenômeno socioespacial e na concretização de uma atividade econômica que se coloca como uma das mais dinâmicas da economia global da atualidade. Segundo o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), no ano de 2013 a atividade turística respondeu por 9,5% da economia mundial e por 9,2% do PIB brasileiro. Ainda segundo o mesmo estudo, o setor turístico gerou no Brasil, 2,9 milhões de empregos diretos e totalizou 8,4 milhões de postos de trabalhos diretos, indiretos e induzidos (MTUR, 2014). Tais números não deixam dúvidas quanto à importância econômica da atividade turística na atualidade, porém também contribuem para que as ações e políticas públicas e privadas direcionadas para o desenvolvimento do turismo privilegiem tal dimensão econômica do fenômeno, ou seja, a atividade, e deixem de contemplar as outras dimensões que ele também impacta, seja a social, a cultural, a ambiental ou a política.

Essa dicotomia que observamos entre a complexidade do fenômeno turístico e a importância da atividade econômica por ele gerada acabam por afastar duas categorias de análise que no fundo são complementares e que se retroalimentam constantemente. A atividade econômica é resultado do acontecer do fenômeno socioespacial e não deve (ou não deveria poder) como ser estudada, ordenada e planejada de forma separada dele. O fenômeno socioespacial do turismo envolve diversos grupos de agentes sociais diferentes (turistas, empresários, poder público, trabalhadores diretos e indiretos e população residente nos destinos turísticos, entre outros), resultando na turistificação de partes do espaço, produzindo territórios descontínuos, que se organizam a partir da lógica reticular das redes. Nesses territórios-rede do turismo (FRATUCCI, 2008), podemos observar territorialidades distintas convivendo e disputando em um eterno devir os espaços apropriados a partir de lógicas específicas, nem sempre convergentes. Essa possibilidade de multiterritorialidades gera, por sua vez, a multiplicidade de funções coexistido no mesmo território (MASSEY, KEYNES, 2012), no território do turismo.

Dentre essas várias dimensões do turismo, a econômica tem sido destacada pela sua magnitude e sua prioridade para o sistema global de gestão atual, baseado no modo de produção neoliberal que privilegia sempre os interesses e os efeitos do e para o capital financeiro. Analisada de forma isolada, a atividade turística resulta da ação de apenas de alguns daqueles agentes sociais indicados anteriormente: os empresários e o poder público. Os outros agentes, incluindo os turistas, são incluídos e contemplados apenas como *stakeholders* secundários, algo como clientes sem voz.

O poder público, em seus diversos níveis de atuação, quando se volta para agir e ordenar o desenvolvimento do turismo, o faz a partir da sua dimensão econômica e aqui temos uma contradição que merece reflexão. O poder público, enquanto agente social responsável por orientar os rumos de uma sociedade em um determinado território, vem atuando, através da elaboração e implementação de políticas públicas de turismo, de modo parcial, privilegiando as demandas e interesses do capital financeiro, em detrimento das demandas e interesses dos demais agentes sociais também envolvidos com o fenômeno turístico.

Orientados pelo modo neoliberal de produção, os governos atuam em conluio com os agentes do mercado, interessados em ordenar os territórios a partir das suas necessidades, lógicas e interesses para a reprodução do capital a partir de uma maior lucratividade dos seus negócios e empreendimentos. Até mesmo os turistas, responsáveis iniciais pelo fenômeno turístico, são tratados apenas como clientes (consumidores!), enquanto os trabalhadores são vistos apenas como oferta de mão de obra a ser apropriada conforme as diretrizes e condições do capital.

Se nosso foco nesse ensaio está centrado na espacialidade do fenômeno turístico e da sua atividade econômica, não podemos compreender porque as políticas públicas direcionadas para o ordenamento e o fomento do seu desenvolvimento, estejam conduzidas de maneira tão míope pelas representações econômicas do setor. Essa visão, ainda hoje hegemônica, que vê o turismo apenas pelo prisma economicista, impede que o seu desenvolvimento contribua plenamente para um processo sustentável gerador de melhorias na qualidade de vida das sociedades envolvidas, sejam elas receptoras ou emissoras de visitantes. Desse modo, as políticas públicas propostas para o setor turístico têm deixado de lado as demais dimensões do fenômeno, especialmente aquela relacionada com a sua espacialidade (FRATUCCI, 2014), ou seja, têm sistemática e praticamente ignorado os processos de apropriação do espaço e os territórios por eles constituídos.

Espaço-território no/do turismo

Partindo do entendimento do espaço como uma instância da sociedade contemporânea, formado pelo movimento dialético entre forma e conteúdo (SANTOS, 1997), podemos afirmar que é a partir dele que os agentes sociais do turismo produzem seus processos de turistificação que resultam em territórios do turismo, os quais se revelam como destinos turísticos.

O turismo, “em sua essência e natureza primeira se compõe dos movimentos e das paradas dos turistas pelo espaço” (FRATUCCI, 2014, p. 45). Nesses momentos de paradas ocorre o processo de territorialização do visitante, quando ele se apropria, mesmo que fugidamente, dos elementos do espaço visitado a partir da sua lógica reticular, onde se fixa em alguns pontos enquanto ignora outros.

A partir dessa ação primeira do visitante (turista), os demais agentes sociais envolvidos por ele e para ele, vão se apropriando de trechos do espaço e criando os seus territórios, também predominantemente a partir de lógicas de apropriação reticulares. Temos então, sobre um mesmo trecho de espaços, diversos processos de territorialização que se superpõem e compõem o que denominamos de território do turismo. Esse território é descontínuo, reticular e, por isso, pode ser visto como um território-rede (FRATUCCI, 2008, 2014). Entretanto, buscando uma visão mais ampliada desses territórios do turismo, devemos cuidar para não nos limitarmos à nossa leitura pelos padrões da lógica reticular, uma vez que, em determinandos momentos, de maneira sincrônica ou diacrônica,

alguns dos agentes sociais envolvidos no processo de turistificação também podem agir a partir de lógicas mais zonais, como é o caso dos agentes do poder público e da população residente que, antes de tudo, tem ali o seu lugar de vida permanente. As territorialidades dos diversos agentes sociais produzem, a partir de lógicas zonais e reticulares que se complementam e se articulam no espaço e no tempo, o território do turismo.

Temos assim que o par espaço-território torna-se básico para os processos de ordenamento das formas de desenvolvimento dos destinos turísticos. Os trechos do espaço apropriados por cada um dos diversos agentes sociais envolvidos com o turismo estruturam-se em um território-rede complexo, sazonal, dinâmico e “líquido” (BAUMAN, 2001). Visto dessa forma, o território do turismo é uma composição dos territórios construídos por cada um dos agentes sociais responsáveis pelo acontecer do fenômeno turístico e não apenas pelo território que contém a atividade turística.

O território do turismo é, portanto, a soma dos territórios dos turistas, dos agentes do mercado, do poder público, dos trabalhadores da atividade (diretos e indiretos) e do território da população local dos destinos turísticos. Nos processos de planejamento e de gestão desses territórios é condição *sine qua non* a contemplação das relações e interações que se estabelecem entre os territórios de cada agente social, pois é a partir delas que se estabelece o território do turismo, em sua concretude e totalidade.

Planejamento-gestão dos territórios turísticos

A crise da social-democracia clássica ocorrida a partir da década de 1970, principalmente nos países capitalistas ocidentais onde predominava o modelo do *welfare state*, trouxe consigo as diretrizes neoliberais, especialmente aquelas direcionadas para o Estado mínimo e ao mercado livre. Essa adoção do modelo neoliberal pelas economias mais consolidadas do planeta implicou em diversas alterações nas metodologias e ferramentas adotadas para a elaboração e implementação das políticas públicas até então. Uma dessas mudanças foi a tentativa de supressão do planejamento sempre associado ao modelo mais intervencionista de Estado (SOUZA, 2003, 2006).

Segundo Marcelo Lopes de Souza “o enfraquecimento do planejamento se faz acompanhar pela popularização do termo gestão” o que, para o autor revela-se bastante sintomático, uma vez que o termo gestão está diretamente relacionado com a “administração dos recursos e problemas, aqui e agora” (SOUZA, 2003, p. 31), reportando-se às ações de curto e médio prazo em detrimento das ações e políticas de longo prazo. Os interesses do mercado estão, quase sempre, concentrados nos horizontes temporais de curto e médio prazos, uma vez que para os seus agentes interessa o máximo de lucratividade e de movimento para o capital financeiro em períodos de tempo cada vez mais reduzidos. Pensar em longo prazo não se articula com os interesses e demandas daqueles agentes sociais, que atualmente concentram o poder de decisão em praticamente todos os recantos do nosso planeta.

Trazendo a discussão para a gestão de destinos turísticos e, portanto, para a esfera das políticas públicas direcionadas para o ordenamento do desenvolvimento nos territórios turistificados, observamos a hegemonia dos agentes do mercado, com sua lógica mais imediatista e o pouco interesse pelas questões que envolvem horizontes temporais mais dilatados, como a melhoria da qualidade de vida das comunidades receptoras, a manutenção dos padrões ambientais dos ecossistemas turistificados, a qualificação da mão de obra envolvida com a atividade e assim por diante. Dentro do horizonte temporal dos seus “planejamentos por projetos”, tão caros à gestão contemporânea,

não há espaço para discussões mais amplas e mais complexas que contemplem todos os agentes sociais responsáveis pela produção dos territórios do turismo.

O envolvimento dos agentes sociais nos processos de decisão sobre o futuro dos destinos turísticos cada vez mais fica reduzido às comunicações das decisões já tomadas pelos grupos hegemônicos compostos por alguns representantes do poder público e do mercado – o tão falado “trade turístico”. Gastam-se somas consideráveis em campanhas de marketing direcionadas a convencer as populações dos destinos turísticos quanto aos grandes benefícios que aquelas decisões tomadas em *petits comités* irão trazer, mascarando questões profundas como os processos de gentrificação nas áreas selecionadas como prioritárias pelos estrategistas de mercado. O espaço e os territórios turistificados são tratados como simples mercadorias que, para cumprir sua missão, precisam garantir o máximo de lucro, de preferências em prazos bem curtos.

Visões como a do professor Eduino Yázig, para quem o “planejamento é um processo sem fim, alimentado pelo presente, eterno olhar sobre o futuro” e, que por isso mesmo “prima, acima de tudo, por ser um ramo da política que, para se viabilizar, carece de muitas técnicas e negociações políticas” (YÁZIGI, 2009, p. 458-9), cada vez mais são dadas como ultrapassadas ou, no mínimo inadequadas, para as céleres decisões da gestão atual. Ainda mais se lembrarmos de que aquelas negociações políticas, implicam “em opções ideológicas e teórico-metodológicas voltadas para o futuro, com empenho de recursos e ações” (YASIGI, 2009, 459), que exigem envolvimento, motivações, amadurecimento e, principalmente, tempo.

A contraposição entre as ações de gestão e de planejamento não ajudam, pelo contrário, somente dificultam os estudos e as ações direcionadas para o ordenamento dos territórios apropriados para o turismo. Tendo como metaponto de vista o fato de que o turismo pode - e deve - contribuir para processos de desenvolvimento socioespacial duradouros, equilibrados e harmoniosos para todos os diversos setores da sociedade contemporânea, não podemos concordar com essa separação que tantos tentam impor. Pensar a gestão sem planejamento, ou o planejamento sem gestão, é jogar contra o tempo e contra os benefícios que o desenvolvimento territorial a partir do turismo pode trazer. Não se trata de superar essa contradição, pois aqui ela não existe. O que temos é uma complementariedade entre as duas ações, onde uma sustenta a outra em movimentos circulares de retroalimentação.

Se a gestão se incumbem de administrar os recursos no presente, trabalhando essencialmente nos horizontes temporais de curto e médio prazos, o planejamento direciona-se para “prever a evolução de um fenômeno ou tentar simular os desdobramentos de um processo” (SOUZA, 2003, p. 46). Em outras palavras, o planejamento estrutura-se para “buscar simular os desdobramentos de um processo, com o objetivo de melhor se precaver contra prováveis problemas ou, inversamente, com o fito de melhor tirar partido de prováveis benefícios” (SOUZA, 2006, p.149).

A partir dos processos de planejamento temos a preparação das ações da gestão futura, “buscando-se evitar ou minimizar problemas e ampliar a margem de manobra: a gestão e a efetivação das condições que o planejamento feito no passado ajudou a construir. Longe de serem concorrentes ou intercambiáveis, planejamento e gestão são distintos e complementares” (SOUZA, 2003, p. 46) e devem coexistir em todos os momentos dos destinos turísticos.

Considerando algumas possibilidades de diálogos

Após essa revisita a alguns dos pares de categorias de estudo do turismo, podemos avançar e perceber que eles “falam” entre si e entre eles, compondo um conjunto de ações, relações, interações e retroações recursivas e complementares. Em alguns pontos de visão, podem se revelar contraditórias, quase antagônicas, mas isso não impede que mantenham o jogo do turismo.

O termo “espaço turístico” proposto inicialmente por Boullón (1990; 2002) e hoje utilizado na maioria dos estudos sobre o turismo, não dá conta de exprimir os processos provocados pelos diversos agentes sociais produtores do turismo. Esses processos são geradores de diversas territorialidades que, ao se manifestarem, estruturam um território descontínuo, reticular, um território-rede do turismo. Dado que o uso do termo “espaço turístico” tem estado diretamente relacionado com as questões e as políticas de ordenamento e de gestão do desenvolvimento turístico, é mais indicado que passemos a substituí-lo pela categoria de território do turismo, visto que ela inclui não apenas as ações do Estado (poder público), mas também contempla as ações dos demais agentes produtivos do turismo. Para tanto, partimos de uma visão mais materialista e dialética de território, que para além do entendimento do mesmo como “uma base espaço-material sobre a qual se reproduz a sociedade” (HAESBAERT, 2011, p.55), o percebe composto pelo conjunto das relações sociais que nele se concretizam.

Ainda mantendo o ponto de vista do planejamento e da gestão dos espaços apropriados para o turismo, propomos que as políticas públicas direcionadas para o seu ordenamento devem fluir a partir da conjunção dialógica entre as ações dos diferenciados agentes sociais que produzem aqueles processos. Elas não podem ficar limitadas às ações dos agentes de mercado mediadas pelas ações do Estado, sob o risco de estarem contemplando apenas a atividade econômica do turismo e deixando fora das suas proposições todas as demais dimensões sociais que o fenômeno turístico abarca.

Assim, fenômeno e atividade, espaço e território e planejamento e gestão devem estar envolvidos em movimentos recursivos, circulares, complementares e dinâmicos. Não devem ser isolados ou contrapostos como contraditórios; pelo contrário, devem ser pensados e ordenados como pares dialógicos que carregam com eles muitas incertezas. A complexidade do território do turismo abrange as territorialidades superpostas de cada grupo de agentes sociais envolvidos nos seus processos produtivos, onde termos interesses, expectativas e subjetividades específicas que ora se complementam, ora se contrapõem, exigindo dos seus gestores visões mais ampliadas e dialógicas.

Referências bibliográficas

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BOULLÓN. R. C. **Planificación Del espacio turístico**. México: Trillas, 1990.

_____. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUSC, 2002.

CORRÊA, R.L. **Região e organização espacial**. São Paulo: Ática, 1995

FRATUCCI, A. C.. A dimensão espacial das políticas públicas de turismo no Brasil. In: PIMENTEL, T.D.; EMMENDOERFER, M.L.; TOMAZZONI, E.L.(org.). **Gestão pública do turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações**. Caxias do Sul: Educs, 2014.

____. **A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: as possibilidades das redes regionais de turismo.** Niterói: UFF, 2008. 308 f. Tese (doutorado). Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.

____. **O ordenamento territorial da atividade turística no Estado do Rio de Janeiro: processos de inserção dos lugares turísticos nas redes do turismo.** 2000a. 178 f. Dissertação (mestrado em geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal Fluminense, Niterói.

____. Os lugares turísticos: território do fenômeno turístico. **Revista GEOgraphia**, revista da pós-graduação em geografia da UFF. Niterói, ano II, n.4, 2000b. p. 121-133.

HAESBAERT, R. Concepções de território para entender a desterritorialização. \in. SANTOS, M. et al. (org.) **Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial.** Rio de Janeiro: Lamparina, 2011, p. 43-71.

KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. IN: RODRIGUES, A. (Org.) **Turismo e Geografia: Referenciais teóricos e enfoques regionais.** Ed. Hucitec, São Paulo, 1999.

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo.** Porto Alegre: Sulina, 2005.

____. **O método 3: o conhecimento do conhecimento.** Porto Alegre: Sulina, 1999.

____. **Le vif du sujet.** Paris: Editions du Seuil, 1969.

MTUR, Ministério do Turismo. **Economia do turismo cresce no Brasil.** Disponível em http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140417-1.html, acesso em 08 de outubro de 2014.

MASSEY, D.; KEYNES, M. Filosofia e política da espacialidade: algumas considerações. **Revista GEOgraphia.** Niterói/RJ, número especial. Nov.2012. p. 7-28.

SANTOS, M. **Espaço e método.** São Paulo: Nobel, 1997.

SOUZA, M.S. **A prisão e a ágora: reflexões em torno da democratização do planejamento e da gestão das cidades.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

____. **Mudar a cidade. Uma introdução crítica ao planejamento e à gestão urbanas.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

YÁZIGI, E. **Saudades do futuro: por uma teoria de planejamento territorial do turismo.** São Paulo: Plêiade, 2009.