



## MOBILIDADE, LAZER E TERRITÓRIO

Fernanda Delgado Cravidão\*

### RESUMO

A mobilidade da população tem sido um tema constante quer no domínio das ciências sociais em geral, quer na investigação geográfica em particular. Num planeta que, através das novas tecnologias, se torna cada vez mais pequeno, a população não pára de se deslocar quase sempre à procura de novas oportunidades de trabalho. No entanto, e principalmente depois da segunda Guerra Mundial, outras formas de mobilidade têm vindo, progressivamente, a assumir um significado económico, social, cultural, territorial, cada vez maior. Pelos fluxos que gera, pelas alterações territoriais que promove, pelos impactos que provoca, a mobilidade ligada ao lazer e o turismo em particular, é aquela cuja dinâmica tem apresentado nos últimos anos, maiores alterações.

**Palavras-chave:** Turismo. Mobilidade. Lazer.

### RÉSUMÉ

La mobilité de la population a été un thème constant aussi dans le domaine des sciences sociales, en général, que dans l'investigation géographique en particulier. Sur une planète, qui à travers de nouvelles technologies, devient chaque fois plus petite, la population n'arrête pas de se déplacer presque toujours à la recherche de nouvelles opportunités de travail. Cependant, et surtout après la deuxième Guerre Mondiale, d'autres formes de mobilité sont venues, progressivement, prendre un sens économique, social, culturel, territorial, chaque fois plus grand. Par le flux qu'elle gère, par les changements territoriaux qu'elle avance, par les impacts qu'elle provoque, la mobilité liée aux loisirs et au tourisme en particulier, est celle dont la dynamique a présenté les plus grands changements ces dernières années.

**Mots-clés:** Tourisme. Mobilité. Loisir.

### ABSTRACT

Population mobility, has been a constant theme in both the social sciences in general and geography research in particular. On a planet made ever smaller by the use of new technologies, the population is continually moving, almost always in search of new opportunities for employment. Since the second world war, however, other kinds of mobility have steadily assumed increasing economic, social, cultural and territorial importance. Through the flows which it produces, the territorial changes which it promotes, the impacts which it provokes, mobility is linked with leisure, and during the last few years tourism, especially, has registered major modifications in its dynamic.

**Key-words:** Tourism. Mobility. Leisure.

---

\* Instituto de Estudos Geográficos. Faculdade de Letras. Universidade de Coimbra.

Este texto tem como base a lição apresentada, em provas públicas, em Novembro de 1995, para obtenção do título de Agregado. Cumpre-me agradecer a todos os membros do júri e aos arguentes em particular, as críticas, as sugestões e o incentivo à publicação deste texto.

## 1 - INTRODUÇÃO

No domínio da Geografia, a mobilidade espacial das populações tem sido um tema sempre constante de investigação. Porém, alguns conceitos têm sido revisitados, e revistos, em função das novas ou renovadas formas de mobilidade que se têm vindo a desenvolver, fruto, em grande parte, de diferentes dinâmicas demográficas, da internacionalização e deslocalização da economia, das profundas alterações nas estruturas de emprego que geram novos tecidos sociais, de conflitos regionais que se por um lado constroem novos mapas políticos levam, também a que milhões de refugiados se desloquem.

Num planeta que, através das novas tecnologias se torna cada vez mais pequeno, a população desloca-se cada vez em maior número, procurando quase sempre novas oportunidades de vida. E este continua a ser o grande motor da mobilidade espacial da população. Tal como as migrações que há alguns séculos atrás, do "Velho Mundo" povoaram e colonizaram o "Novo Mundo" são, em grande parte, os factores económicos que ajudam a compreender os actuais padrões de mobilidade dos países do *Sul* para os países do *Norte*, ou mesmo as deslocações inter-regionais que ocorrem nos territórios em vias de desenvolvimento.

Mas se estas formas de mobilidade - que vão do quotidiano ao definitivo -, sempre têm sido um espaço privilegiado de investigação quer para as Ciências Sociais em geral quer para a Geografia em particular, a mudança que progressivamente se tem instalado nas sociedades desenvolvidas, recuperou, renovou e reinventou formas de mobilidade onde o lazer é a componente fundamental. Os novos modos de consumir o espaço assumem, hoje, quer pelos quantitativos demográficos que envolvem, quer pelas alterações espaciais que promovem, uma expressão a que não se pode ficar alheio.

Neste quadro, qual o significado que a mobilidade ligada ao lazer assume no contexto da mobilidade espacial em geral?

Com se referiu, até há alguns anos, a mobilidade espacial das populações, quase sempre, estava relacionada com a mobilidade ligada a grandes fluxos intercontinentais e que em grande medida decorriam da história da colonização do Novo Mundo; com a mobilidade relacionada com a Organização Internacional do Trabalho e onde fluxos como os da Europa do Sul para a Europa do Centro foram dos mais significativos; com as deslocações ligadas aos movimentos quotidianos ligados ao trabalho e também designados por alguns autores como movimentos pendulares. Para além de outras formas de mobilidade associadas, por exemplo, a fenómenos de natureza política, de natureza religiosa ou de natureza étnica.

De facto, a mobilidade espacial das populações é responsável não só pelos novos padrões de distribuição da população, como por novos comportamentos demográficos ao nível da sua estrutura interna. Refira-se, apenas,

como exemplos, fenómenos de envelhecimento ou de rejuvenescimento demográficos, alterações nas estruturas familiares.

Por outro lado, a mobilidade espacial é também geradora de novas estruturas sociais que ajudam a compreender fenómenos de exclusão social - idosos, desempregados, minorias étnicas -, permitindo contribuir para explicar novas redistribuições populacionais. Além disso, tem implicações fortes no ordenamento e no (re)ordenamento do território. Em resumo, obriga a repensar o espaço.

No entanto, se alguns daqueles fluxos têm vindo progressivamente a perder significado, outros, que nunca deixaram de existir, vêm emergindo de tal modo que assumem, hoje, um pouco por todo o mundo, uma função fundamental nas organizações territoriais.

A mobilidade ligada ao lazer é talvez a mais significativa. Pelos diferentes significados que contém: espacial, social, económico e cultural e que a colocam, nomeadamente nos países desenvolvidos, como um dos fenómenos geradores de fluxos demográficos que por sua vez vão gerar e acelerar no território impactos diversos: negativos mas também positivos. Por isso várias interrogações podem ser colocadas. Como e porquê se desenvolve esta forma de mobilidade? Quais as razões que ajudam a compreendê-la e a explicá-la? Isto é, que relações entre tempo livre, espaço e sociedade? e finalmente que tipologias assume neste final de milénio?

A mobilidade ligada ao lazer não é um fenómeno nem de ontem nem de hoje. Pelo contrário, tem estado presente ao longo da história do Homem e relaciona-se quer com os diferentes usos do tempo através dos tempos, quer com as alterações na estrutura da sociedade em geral.

Isto é, existe uma relação estreita entre a sociedade, o modo como a sociedade usa o tempo (ou como os diferentes grupos sociais o usam) e o modo como o espaço é utilizado. O espaço traduz sempre a dimensão, a socialização do tempo (cfr. A. GAMA, 1988).

Por outro lado, para que um indivíduo ou um grupo se desloque por lazer, ou onde o lazer também esteja incluído, é necessário, tempo, mas tempo livre, isto é, tempo de não trabalho.

## 2 - TEMPO LIVRE, ESPAÇO E SOCIEDADE

A noção de tempo livre é uma noção de contornos difíceis e que tem sido objecto de estudos vários<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> A propósito dos conceitos de tempo livre, tempo de trabalho, ócio... têm sido elaboradas várias reflexões entre as quais se destacam as de autores como J. DUMMAZEDIER (1962), (1966); M. GAVIRIA (1971); J. A. PATMORE (1961); A. L. GOMEZ (1986); R. Z. CASTRESANA (1990), entre muitos outros.

Como o tempo de trabalho tem acompanhado as alterações sofridas na sociedade em geral, também a utilização do tempo disponível para o lazer e a utilização do espaço têm sido modificados. Por exemplo, nas sociedades mais antigas a mobilidade ligada ao lazer deveria estar, em grande medida, confinada aos lugares mais próximos - largos, circos, teatros... e de que serão exemplos a civilização grega e a civilização romana (cfr. A. GAMA, 1988).

Pelo contrário, na sociedade medieval, marcadamente rural, o lazer não deixaria de reflectir a organização e a hierarquia social de então. Por isso, compreende-se que a socialização dos espaços passasse pelas feiras - hoje algumas a serem recuperadas com objectivos não só de recuperação de património cultural, mas também onde o turismo é uma importante componente -, por espaços onde se cruzavam, tal como ainda hoje, o Sagrado e o Profano, e onde os grupos sociais mais baixos tinham a possibilidade de se deslocar.

No entanto, começam a emergir outras formas de mobilidade - de maior distância, e provavelmente mais selectiva. Exemplos como as peregrinações a Santiago de Compostela ou a Meca, podem ser referidas, salvaguardando sempre a especificidade de que se revestiam.

Em relação às peregrinações, só alguns grupos sociais o deverão ter feito. Numa sociedade marcada pelos ritmos da terra, apenas os que usufruíam de quase todo o tempo livre tinham maior disponibilidade de se deslocar.

Com os descobrimentos, com o conseqüente desenvolvimento científico e com a necessidade de conhecer os novos espaços (razões económicas, culturais, religiosas...) é provável que o lazer também estivesse presente em muitas das viagens de então. Mas se em termos quantitativos o acréscimo poderá ter tido um significado restrito, em termos da distância, dos novos espaços e de contacto com novas culturas a sua expressão adquire, de facto, outra relevância.

As alterações introduzidas pela Revolução Industrial, nomeadamente na sociedade ocidental, vão também traduzir-se na ocupação do tempo livre. Isto é, a sociedade industrial e pós industrial vai impor novas regras no uso do tempo, logo no uso do espaço.

São vários os factores que concorrem para as novas formas de *olhar* o tempo de não trabalho. Se por um lado a legislação vai progressivamente diminuindo os horários laborais, por outro, é a aceitação que a produtividade aumenta com maior disponibilidade de tempo livre. Além disso, a institucionalização das férias e posteriormente das férias pagas, a nova função da mulher no mercado de trabalho, vai por um lado aumentar os orçamentos familiares, mas também promover alterações significativas nas estruturas familiares e nos hábitos de consumo.

A intensa urbanização que decorre da industrialização e terciarização que se lhe segue vão criar novas apropriações do espaço, nomeadamente daqueles que se iam mantendo "vazios" como eram a praia, a montanha, o

mar, ou dando novas funções ao espaço agrícola (Fig. 1).

Por outro lado, o desenvolvimento dos transportes e das comunicações em geral que transformam as distâncias - menos tempo de percurso e custos cada vez mais baixos -, facilitam a mobilidade de pessoas e de bens.

Deste modo, a mobilidade ligada ao lazer não só aumenta, como principalmente se diversifica, gerando também a diversificação dos espaços.

Neste contexto, o lazer vai criar segregações espaciais que dependem, entre outros factores, do poder económico de quem o utiliza, da disponibilidade do tempo livre, da cultura.

Surgem assim diversas tipologias onde o tempo e o espaço são as variáveis fundamentais (Quadro I)<sup>2</sup>.

Em relação à variável *tempo* foram considerados quatro momentos diferentes - durante o dia, o fim-de-semana, um terceiro mais longo e que inclui as *férias* e por último o tempo pós vida activa e que portanto vai incluir a população que se desloca, por lazer, na chamada "idade da reforma".

Quanto à variável espaço considerou-se a mesma tipologia utilizada por A. GAMA (1988). Um primeiro espaço de *alcance imediato* e que por isso está mais relacionado com o consumo do tempo diário e de fim-de-semana; um espaço de *alcance médio*, que como se compreende, exige uma maior distância. Finalmente o espaço de *alcance longo* relacionado com deslocamentos de maior distância e em princípio de maior duração temporal. Do cruzamento destas variáveis surgem diversas tipologias relacionadas com o *lazer*.

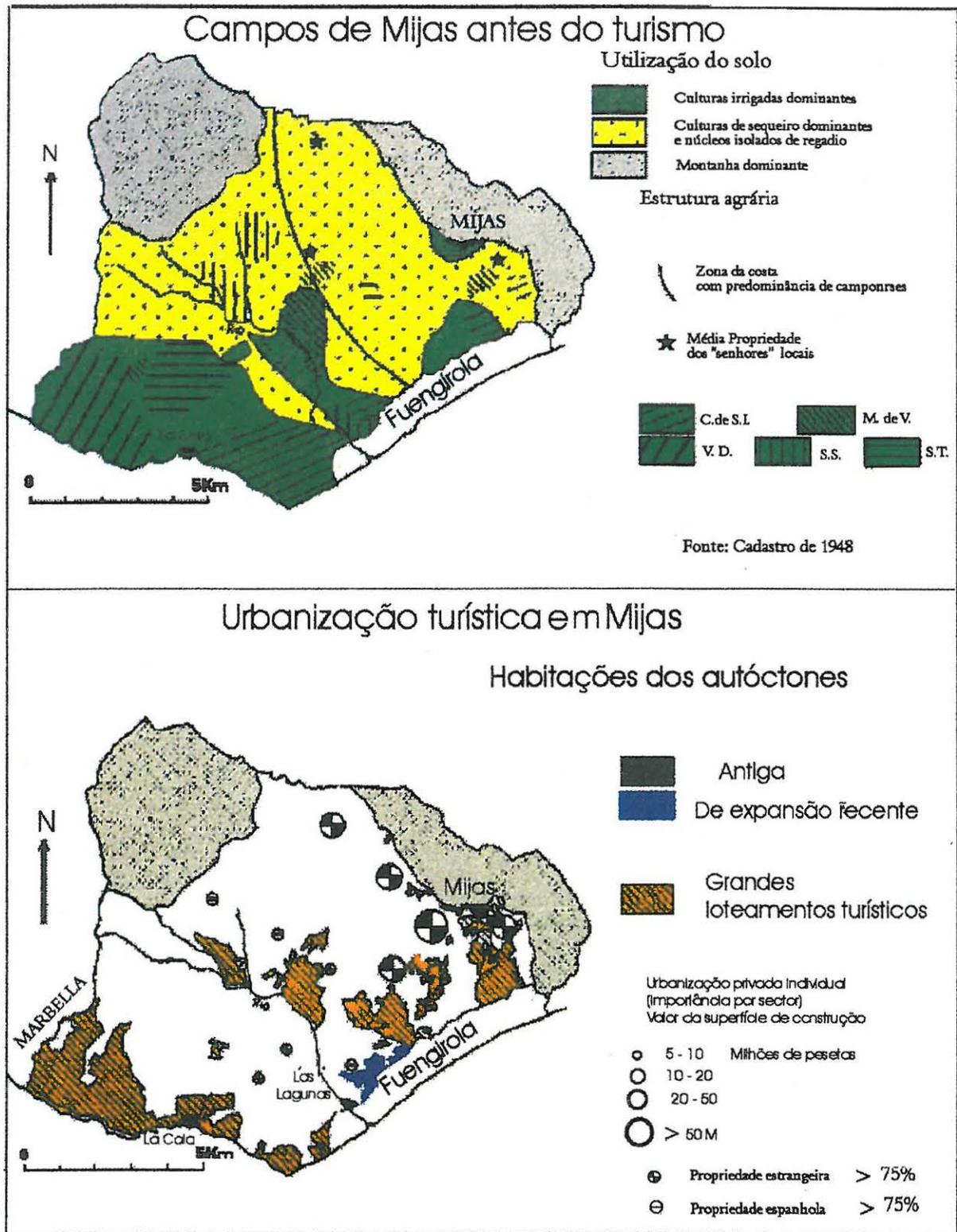
Neste conjunto vamos dar particular atenção ao turismo já que é uma das formas de mobilidade ligada ao lazer geradora de grandes fluxos populacionais, monetários, geradora de profundas alterações no território e que tem induzido políticas de (re)ordenamento territorial, levado, por exemplo, à definição de áreas protegidas, de reservas naturais, etc..

Por outro lado, tem obrigado a uma reflexão mais geral, mas não menos importante, que é saber até onde é possível uma relação de sustentabilidade entre turismo e ambiente.

### 3 - TURISMO COMO INDUTOR DA MOBILIDADE

São muitos os autores que se têm preocupado com o conceito de *turismo*. O que importa ressaltar é que o conceito tem de ser encarado de modo a acompanhar a dinâmica que tem comandado as alterações apresentadas pela actividade turística. A capacidade de conseguir alguma uniformidade foi encontrada pela Organização

<sup>2</sup> Nesta adaptação do quadro apresentado por A GAMA (1988) apenas considerámos as actividades fora do domicílio habitual.



*Adaptado de J.P. Lozato-Giotart, Géographie du Tourisme, 1993, pág. 208.*

Fig. 1 - Impacto espacial e sócio-económico do turismo sobre a Costa do Sol (1948-1978)

Quadro I - Tipologia de actividades ligadas ao lazer

Tempo Espaço	Durante o Dia	Fim de Semana	Fim de Ano (Férias)	Início de Vida Pós Activa
<b>Espaço de Alcance Imediato</b>	- jogos de ar livre - passeios a pé - prática desportiva e desportos - idas ao café - idas ao cinema	- passeios a pé - jogos de ar livre - prática desportiva e desportos - idas ao café - idas ao cinema, teatro	- passeios a pé ou de bicicleta (trajectos diferentes do quotidiano) - idas ao café - actividade desportiva e desporto - espectáculos	- passeios a pé - jogos de ar livre - idas ao café - idas ao cinema, teatro
<b>Espaço de Alcance Médio</b>		- passeios de curta duração (a pé, de bicicleta, de automóvel) - cinema e teatro - espectáculos desportivos - saídas do ambiente da vida quotidiana	- passeios a pé, de bicicleta, de automóvel - pequenas viagens - ida ao campo, à montanha, à praia - visitas culturais - viagens de turismo (média distância)	- passeios... - viagens de automóvel - campo, montanha, praia, termas
<b>Espaço de Alcance Longo</b>			- viagens de turismo (longa distância) - cruzeiros - desportos e actividade desportiva - montanha, campo, praia	- viagens de turismo - estâncias termas - regiões turísticas - visitas culturais - cruzeiros

Adaptado de António GAMA (1988), p. 213

Mundial de Turismo quando define *turista* como "qualquer indivíduo que esteja fora da sua residência habitual pelo menos 24 horas e que utiliza uma infraestrutura turística". É evidente que se trata de um modo demasiado amplo e genérico de definir quem viaja com objectivos turísticos. No entanto, reconhecemos, que é necessário uma noção suficientemente abrangente para, por exemplo, se poderem construir estatísticas oficiais e que possibilitem análises comparativas, temporais e espaciais, estudos de mercado, projecções relativas às possíveis alterações e características dos fluxos turísticos, etc..

Em termos mundiais, o movimento de turistas e as receitas geradoras, podem ser resumidas no Quadro II.

O acréscimo no número de turistas entre 1950 e 1990 foi de 1597,8% enquanto as receitas ultrapassaram largamente aquela percentagem o que poderá significar que o consumo por turista tem aumentado de forma relevante.

Por outro lado, tem havido alterações significativas em relação aos países de destino, ainda que nos dez primeiros lugares do "ranking" mundial as mudanças sejam menores. Saliente-se a França, que desde 1980 continua a ser o primeiro país em relação à chegada de turistas; a Hungria que se encontrava em 10º lugar em 1980 e ocupa o 5º em 1991, enquanto o Canadá passa respectivamente de 6º para 10º. Sublinhe-se que Portugal sobe de 20º lugar para 13º. Para além destas alterações outras merecem atenção: a subida progressiva de mercados como os

oferecidos por regiões "exóticas e periféricas" em relação aos percursos tradicionais. Hong-Kong, Malásia, Turquia ou Marrocos são alguns dos exemplos que podem ser apontados.

Tal como a mobilidade ligada ao lazer é, ou deverá ser antiga no tempo, ainda que com dinâmicas diferentes, também a actividade turística não é um fenómeno de hoje. Embora, tal como hoje é entendida, seja um produto das sociedades industriais e pós industriais e cada vez mais um produto da sociedade de consumo, um símbolo de bem-estar económico e social, um fenómeno que faz parte dos padrões de cultura das sociedades desenvolvidas.

O vocábulo *turismo* tem a sua origem na expressão inglesa "The Tour" e que tem como equivalente "Le Tour" na língua francesa.

Esta expressão designava a viagem de ida e volta que os jovens aristocratas e os filhos da burguesia enriquecida inglesa faziam a algumas regiões em França, na Itália e na Grécia, e que terá tido início nos finais do século XVIII, princípios do séc. XIX.

Esta viagem, quase sempre acompanhada de um tutor, tinha como objectivo completar a educação académica. Isto é, terminada esta, era necessário dar a conhecer os lugares culturais da Europa de então. Desde Paris, até às míticas civilizações clássicas, os jovens, eram confronta-

**Quadro II - "Ranking" dos países por nº de entradas turísticas, receitas e despesas - 1980/1991**

Países	Chegadas		Receitas		Despesas	
	1991	1980	1991	1980	1991	1980
França	1	1	2	2	6	4
Estados Unidos	2	3	1	1	1	2
Espanha	3	2	4	4	14	20
Itália	4	4	3	3	5	11
Hungria	5	10	44	36	41	42
Áustria	6	5	5	7	9	9
Reino Unido	7	7	6	5	4	3
México	8	8	12	8	21	15
Alemanha	9	9	7	6	2	1
Canadá	10	6	9	10	7	8
Suíça	11	11	8	9	11	10
China	12	18	21	35	43	-
Portugal	13	20	16	20	31	36
Checoslováquia (ex)	14	16	48	42	46	38
Grécia	15	17	24	13	32	44
Hong Kong	16	26	10	18	-	-
Malásia	17	23	32	47	25	30
Holanda	18	19	14	14	8	5
Roménia	19	12	-	-	-	-
Turquia	20	44	23	44	38	47
Tailândia	21	24	15	26	27	40
Singapura	22	21	11	15	22	34
Marrocos	23	30	42	38	54	50
Bulgária	24	15	-	-	55	-
Polónia	25	14	-	-	-	-
Irlanda	26	22	33	37	29	25
Tunísia	27	29	52	32	-	-
República da Coreia	28	41	20	39	16	33
Macau	29	27	29	-	-	-
Bélgica	30	25	18	11	13	7
Argentina	31	37	26	41	24	13
Porto Rico	32	28	34	34	36	31
Indonésia	33	51	25	50	33	32
Austrália	34	45	13	23	15	14
Noruega	35	34	30	28	18	18
Egipto	36	33	27	27	50	26
Japão	37	46	19	31	3	6
Formosa	38	31	28	22	12	22
África do Sul	39	48	43	30	30	24
Índia	40	35	35	19	45	48

Fonte: W.T.O. (1993) - *Yearbook of Tourism Statistics*  
Adaptado de Rafael SIRGADO, Praga, 1994

dos com outras culturas, enriquecendo e alargando, desta forma, a sua formação cultural.

Cabe no entanto salientar, que alguns autores, como John Tower, referem que viagens com estas características terão começado mais cedo, mesmo durante o séc XVII e que terão sido interrompidas com a instabilidade vivida na Europa de então. O que importa, é ressaltar que é de

facto, em Inglaterra que esta mobilidade se inicia de um modo que se poderá dizer organizado já que antes de terminada a primeira metade do séc. XIX, Thomas Cook inaugura a primeira agência de viagens. A primeira viagem organizada, utilizando o caminho de ferro realiza-se em 5 de Julho de 1841, com 541 passageiros.

É a partir do final do séc. XIX que a *viagem* começa a ter uma função lúdica, e a que não deverá ser alheio o movimento ligado ao Romantismo que se desenvolve na Europa oitocentista. Começam a desenvolver-se e a "construir-se" os primeiros espaços especialmente vocacionados para o lazer, para actividade turística. Em Chamoni, são os espaços relacionados com os desportos de Inverno, enquanto em Baden-Baden, o termalismo é o grande impulsionador da procura turística.

Também o litoral mediterrâneo - Sul de França especialmente -, começa a ser o receptor de turistas vindos da Europa do Norte, mais fria e húmida mas também mais rica. É um turismo homotérmico e onde por isso se procura a amenidade climática. No Inverno no sul da Europa, no Verão no norte.

Mas o final do séc. XIX, inícios do XX, vão trazer outros modos de "olhar" o mar.

A mudança que se opera relativamente aos banhos de mar e às suas propriedades terapêuticas vai ser decisiva para que o litoral em geral e o litoral mediterrâneo, em particular, passe a ser o ponto de chegada dos fluxos turísticos. O acréscimo que se opera, a dinâmica que se regista nomeadamente depois da segunda Guerra Mundial vão transformar esses territórios. O espaço deixa de ser, em numerosas regiões, um factor de produção e transforma-se num bem de consumo.

De "espaço olhado" passa rapidamente a um "espaço consumido", e as regiões litorais vão sofrer modificações funcionais rápidas e decisivas gerando reestruturações territoriais quase sempre com impactos negativos difíceis de gerir.

No início dos anos 90 o número de turistas ultrapassa, em termos mundiais, 455 milhões e as receitas ultrapassaram 288 mil milhões de dólares. Por outro lado, 1 em cada 16 trabalhadores, em termos mundiais, trabalha em actividades ligadas ao turismo, sendo este sub-sector de actividade responsável por cerca de 7% do total de investimento e, em várias regiões do mundo, a principal fonte de receitas.

Esta questão é particularmente relevante em países periféricos/marginais, onde, nos últimos anos, o fenómeno turístico tem registado acréscimos consideráveis e começam a desenhar-se, regionalmente, fenómenos de dependência que podem ter efeitos contrários. Recorde-se que, a actividade turística, tendo em termos económicos, um importante efeito multiplicador, é também muito vulnerável a fenómenos conjunturais (políticos, saúde pública, etc) e, portanto, esse efeito multiplicador rapidamente funciona em sentido inverso. Situação que se torna mais grave em territórios de economias frágeis.

Dada a importância que o fenómeno turístico atingiu no contexto da mobilidade ligada ao lazer, algumas questões podem ser levantadas. O que faz movimentar estes milhões de indivíduos? Que fenómenos presidem à escolha de determinado espaço e à recusa de outros?

Há razões objectivas - algumas das quais são comuns a outras questões de mobilidade ligada ao lazer em geral -, mas também razões subjectivas que não deixam de ser menos importantes.

As primeiras ligam-se ao aumento do poder económico, ao aumento da esperança e da qualidade de vida, ao desenvolvimento dos transportes (nomeadamente aéreos), à massificação do uso do automóvel, à diminuição dos tempos e dos custos de percurso, ao aumento generalizado da escolaridade, à institucionalização das férias pagas e da segurança social. Além disso, o interesse de políticas governamentais em desenvolver a actividade turística, a função dos mass-média, a melhoria nas infraestruturas de acolhimento e a emergência de uma cultura ambientalista que vai permitir explicar algumas das alterações mais recentes que tem sofrido a actividade turística, são razões que cada vez mais justificam as opções na escolha dos espaços turísticos.

A estas juntam-se factores de ordem subjectiva que têm a ver quer com o próprio indivíduo, quer com a própria história das sociedades. Das recordações individuais às recordações colectivas. E como afirma J. Marie MIOSSEC (1979) o turismo é antes de tudo uma *imagem* que suporta o que de subjectivo existe no fenómeno turístico.

Fazer turismo, hoje, faz parte dos padrões de comportamento da sociedade desenvolvida, da sociedade de bem-estar. Fazer turismo, é hoje um valor simbólico, símbolo de poder económico, de disponibilidade. Por isso, o turismo assume, hoje, uma dimensão cultural, nomeadamente nas sociedades desenvolvidas.

Para aquele autor a *imagem* decompõe-se em três. Uma, a *global*, relaciona-se com imperativos de ordem biológica e territorial e que encerra, provavelmente, o passado ainda não muito longínquo na história do Homem, de nomadismo, de liberdade, dos grandes espaços. É uma imagem onde o imaginário se confunde com o mítico e, na sua essência, na relação harmónica homem/meio.

A *imagem cultural* fixa-se ao longo dos séculos. Cada sociedade, cada grupo, valoriza o seu território e transmite-o de geração em geração construindo na consciência individual e na consciência colectiva, os passados históricos, os espaços míticos, ou pelo contrário, a repulsa por determinados territórios.

Peter GOULD tentou mostrar como o Oeste Americano constitui esta imagem para a sociedade americana tão aproveitada pela cinematografia, num momento particularmente importante para afirmação da sociedade americana no plano mundial.

Para os europeus, a imagem de África que nos é transmitida pelo países colonizadores não é também uma

imagem construída e transmitida ao longo de gerações? Até que ponto ela não explica a difusão de alguns produtos turísticos em países, que durante séculos, estiveram em África e que passam agora pela tentativa de refazer a memória, um passado próspero? O exemplo dos "pequenos" circuitos idênticos aos safaris que, no caso português, se realizam na Serra Algarvia não poderão, em parte, encontrar aqui uma explicação? O mesmo poderão significar, em nosso entender, os percursos em viaturas de todo o terreno, cujos impactos ambientais, ao nível da erosão acelerada dos solos, não serão os mais benéficos.

A imagem da palmeira e do pôr-do-Sol, tão explorada pelo marketing turístico, não estará também ela, relacionada com a presença em espaços diferentes, exóticos, dos europeus enquanto colonizadores?

A terceira *imagem* é uma imagem construída, controlada. Não pelo indivíduo mas pelos operadores turísticos. É aquela onde a publicidade e os mass-média, em geral, mais interferem. Explorando o que de subjectivo existe no imaginário do indivíduo e da sociedade e que se desenvolve a partir das anteriores.

Pode explicar o apelo actual pelos espaços turísticos exóticos, longínquos, marginais (no sentido de que não fazem parte dos padrões usuais da procura turística). O Oriente, a Índia, o Nepal, o Quênia ou as montanhas ainda não consumidas pelo turismo - os Andes -, ou o deserto como símbolo mítico dos grandes espaços, de liberdade.

Em síntese são muitos e diversificados os motivos que levam a fazer turismo, porém, só depois da 2ª Guerra Mundial os fluxos turísticos adquirem nova dinâmica. Não pararam de aumentar, de se massificar, embora o turismo selectivo e recorde-se a segregação espacial induzida pelo tempo livre, pelo poder económico e pela cultura, tenda também a aumentar.

### 3.1 - O turismo um fenómeno contraditório?

O turismo é um produto da mobilidade. Tem por especificidade percorrer o espaço, mas a sua lógica conduz também à fixação num qualquer lugar privilegiado, que modela, que altera, frequentemente devora, segundo as necessidades da procura.

Por isso, a actividade turística é, hoje, um fenómeno estruturante nas organizações espaciais, porém é um fenómeno onde existem numerosas contradições. À deslocalização do consumo sucede-lhe um processo de realocização, ainda que temporária. Gera outros processos de mobilidade reorientando fluxos, particularmente os que se ligam ao emprego. Pelo efeito multiplicador que o caracteriza, a actividade turística pode acelerar assimetrias regionais. Ao reestruturar as economias locais/ regionais induz a mobilidade ligada ao emprego, podendo promover a erosão de jovens activos em áreas

não desenvolvidas acelerando processos de exclusão territorial.

Gera bacias de emprego e por isso pode induzir a concentrações demográficas acelerando processos de despovoamento já em curso em outras áreas. Induz o investimento podendo levar à sua deslocação já que, quase sempre, as políticas governamentais têm interesse em promover essas regiões deixando para plano secundário outras, cujo processo de revitalização é sucessivamente adiado.

#### 4 - PORTUGAL NO CONTEXTO DOS FLUXOS TURÍSTICOS MUNDIAIS - BREVE REFLEXÃO

No contexto dos fluxos turísticos mundiais Portugal é um país receptor. Em 1980 recebia 2,7 milhões de turistas; em 1994 recebia 10 milhões (valor próximo do total de população residente) e cujas receitas representavam mais de 6% do PIB.

Tal como afirma. Carminda Cavaco (1979) Portugal não fica alheio à expansão do fenómeno turístico, principalmente a partir dos anos 60. Inicialmente de uma forma paulatina e a partir dos anos 80 com nova dinâmica.

Até a década de 70 o acréscimo é lento, travado pela crise económica e pelas alterações políticas em Portugal em 1974.

A partir do início dos anos 80 retoma novo ritmo, novas motivações, a que não são alheias razões como: a nova imagem decorrente de Portugal se tornar membro da então CEE; a procura de novos espaços de acordo com as novas necessidades decorrentes da massificação do turismo de Sol e Mar; a nova funcionalidade do espaço agrícola que vai incidir, particularmente, no Turismo Rural, de Habitação, Agroturismo, Turismo Cinagético, entre outros; o interesse de políticas governamentais em promover o turismo nacional e na importância que lhe tem sido atribuída pelo poder autárquico, nomeadamente em regiões excêntricas aos grandes eixos de desenvolvimento. O conhecimento de outras culturas são também factores que permitem a maior afluência de turistas estrangeiros. Além disso, Portugal reúne um conjunto de condições que lhe permitem responder a alguns dos novos segmentos da procura turística. O clima, a frente de água que pode ser utilizada, durante todo o ano, ainda que com motivações diversas: praia, surf, motonáutica, pesca, por exemplo. A diversidade e complementaridade nas diferentes regiões do país. Existência de algumas áreas onde a pressão turística tem índices baixos em comparação com outras regiões europeias; a melhoria generalizada nas acessibilidades; o património histórico/cultural.

Por outro lado, o facto de ser considerado um país periférico na União Europeia criou, talvez, a *imagem* onde muito do que se perdeu na Europa ainda aqui se encontra.

No ano de 1993 a origem dos mais importantes fluxos de turistas que visitaram Portugal está referida no

Quadro III, ano em que a actividade turística gerou cerca de 675 milhões de contos e concorreu com mais de 6% para o PIB, empregou mais de 250 mil indivíduos (5% da população activa), e teve significativa importância no investimento regional

Quadro III - Principais fluxos de turistas que visitaram Portugal, por país de origem (1993)

País de origem	Número
Espanha	3,8 milhões
Reino Unido	1,3 milhões
Alemanha	800 mil
França	600 mil
Holanda	300 mil
Itália	250 mil
Japão	30 mil

Fonte: *Estatísticas do Turismo*, 1994, INE:

De acentuar que o modelo de desenvolvimento adoptado para Portugal levou, por um lado, a que se tenha transformado num sector chave da economia, mas agravou, tal como em outros países, as assimetrias regionais. Gerando segregações espaciais, onde a promoção de certas regiões turísticas foi claramente contrária ao desenvolvimento harmónico do território.

Produziu impactos negativos, nomeadamente no litoral, alguns dos quais irreversíveis. Não permitiu o desenvolvimento sustentado, obrigando por isso, a repensar o ordenamento do território através de instrumentos vários como por exemplo, os Planos de Ordenamento do Litoral -POL. No caso particular de Portugal, para que os impactos, a vários níveis, possam ainda, ser geridos, é necessário que haja capacidade de resposta em algumas áreas chave: melhorar numerosas infraestruturas; desenvolver uma boa relação entre o preço e a qualidade da oferta; promover a qualidade do ambiente; promover a animação cultural ao longo de todo o ano; promover a defesa do turista enquanto consumidor; promover a formação profissional; diversificar os produtos e os mercados.

Só a implementação de algumas medidas podem permitir rendibilizar a actividade turística e minimizar alguns dos seus efeitos negativos, facto comum a muitas outras regiões mundiais.

Em todos os países são inúmeros e diversificados os impactos gerados pela actividade turística em particular e na mobilidade ligada ao lazer em geral. No caso de regiões onde há uma pressão turística elevada e, além disso, se estivermos em presença de espaços periféricos, onde as fragilidades são acrescidas e é maior a dificuldade de a população fazer ouvir a sua voz junto das instituições responsáveis, as consequências podem tornar-se não só particularmente perigosas como os prejuízos, irreversíveis. Neste domínio não é só Portugal mas

sim outras regiões do mundo onde o turismo assumiu dimensões territoriais, económicas e sociais importantes.

## 5 - OS IMPACTOS NO TERRITÓRIO

É difícil e sempre discutível inumerar um conjunto de impactos que o lazer em geral e o turismo em particular induzem.

De um modo simples pode afirmar-se que se produzem impactos no ambiente natural e nos espaços construídos.

No primeiro caso através, por exemplo, da destruição de espécies vegetais e animais, quer pela construção desordenada de grandes empreendimentos turísticos, quer pela construção de circuitos para veículos de todo o terreno em áreas fisicamente frágeis.

O aumento de diversos tipos de poluição: sonora, atmosférica, resíduos sólidos, aliados ao acréscimo do risco de ocorrência de desmoronamentos - frequentemente ligados à construção de novas vias e ao aumento sazonal de tráfego -, não só constituem impactos negativos no território como aumentam a insegurança do turista e da população local, gerando por vezes conflitos entre eles. Claro que se trata apenas de considerar alguns dos muitos impactos, estes negativos, que a mobilidade ligada ao lazer em geral e ao turismo provocam. Mas deve salientar-se que existem muitas consequências benéficas. Uma das quais, e por paradoxal que pareça, decorre das primeiras. Isto é, os impactos negativos obrigaram a repensar o território, a repensar alguns segmentos da actividade turística nomeadamente quando está em causa o meio natural e deste modo podem vir a beneficiar áreas onde os efeitos negativos ainda não existem ou têm, ainda, pouca relevância.

Também o espaço construído não fica alheio à pressão turística. Desde a alteração, por vezes total, na tipologia de centros populacionais agora com nova funcionalidade, até à revitalização de áreas que de outro modo caminhariam rapidamente para a sua degradação; a reutilização de edifícios degradados e reconstruídos com objectivos multifuncionais; a recuperação de antigas habitações, algumas com significativo valor patrimonial e têm no turismo de habitação, no turismo rural ou na residência secundária, novas vocações.

Em sentido mais geral, impactos de natureza cultural devem cada vez mais de ser considerados. Podem promover produtos artesanais, recuperar artes e ofícios locais, devolver à memória eventos vários, feiras medievais, festivais de componentes diversas.

Mas podem também gerar efeitos negativos: adopção de hábitos e modelos difundidos pelos turistas que, em confronto rápido, podem colidir com os padrões locais: alterações alimentares, aumento do consumo nomeadamente de determinadas bebidas alcoólicas; alterações nas estruturas e valores familiares locais; aumento da prostituição e potencial acréscimo na difusão de doenças como

SIDA, Hepatite B e toxicodependência. Recorde-se os efeitos, que neste domínio, alguns segmentos da actividade turística têm ocasionado em algumas regiões asiáticas (CLIFT, Stephen e PAGE, Stephen, 1996).

Claro que os impactos de natureza económica são, talvez, os mais visíveis e aqueles a que se faz maior apelo, no entanto não esqueçamos que o seu efeito multiplicador funciona nos dois sentidos.

Se as actividades ligadas ao lazer em geral e ao turismo em particular, são geradoras de riqueza e sinónimo de qualidade de vida, é necessário cada vez mais que a consciência de cidadania, a solidariedade entre regiões ricas e regiões pobres e a sua dimensão transgeracional estejam sempre presentes.

## 6 - EM SÍNTESE

A sociedade actual cria e produz necessidades que os diferentes sistemas de *moda* induzem a novas e reinventadas formas de mobilidade. Os fluxos - diários, de fim-de-semana, férias, negócios, ou ligados à população reformada -, fazem deslocar, (re)localizar, (re)distribuir, largos milhões de indivíduos ao longo do ano, criando, também, configurações espaciais que reproduzem o tempo de estada e os grupos sociais que as utilizam. Estas estruturas espaciais são vocacionadas para quem as consume, muitas vezes de uma forma efémera, mas que deixam no território a "marca" da sua passagem. Impactos que passam pelas economias locais, regionais e nacionais, impactos no ambiente e na cultura, nas populações locais mas também nas populações que utilizam esses espaços de lazer.

Nos países desenvolvidos, viajar, ou fazer turismo, é cada vez mais um valor simbólico quer para quem o faz, quer para os grupos sociais que não lhe têm acesso. Viajar, ou fazer turismo torna-se, assim, um fenómeno cultural neste final de século, um dos símbolos da sociedade de *bem-estar*. "A força da imagem que caracteriza os lugares turísticos corresponde a uma espécie de *território mental* onde realidade e mitos vão servir de suporte à descoberta e à viagem" (LOZATO-GIOTART, 1993).

## BIBLIOGRAFIA

- AMIROU, Rachid (1994) - "Le tourisme comme objet transitionnel". *Espaces et Sociétés*, Nº 76.
- ANDRADE, Emílio; MORA, Carla; NAVES, Mário e VIEIRA, Gonçalo (1992) - "Desportos de inverno na Serra da Estrela. Contribuição para o estudo da sua viabilidade". *Finisterra*, Nºs 53-54.
- ANTON CLAVE, Salvador (1992) - "L'ocupació del sòl amb finalitat recreativa i turística a la costa de Tarragona". *Tarraco. Cuadernos de Geografía*, Vol. 7.

- BESANCENOT, J. P. (1990) - *Climat et Tourisme*. Masson, Paris.
- BENSON, J. F.; WILLIS, K. G. (1993) - "Implications of recreation demand for forest expansion in Great Britain". *Regional Studies*, Vol. 27(1).
- BERRIANE, Mohamed (1993) - "Le tourisme des nationaux au Maroc (une nouvelle approche du tourisme dans les pays en développement)". *Annales de Géographie*, N° 570.
- BETEILLE, Roger (1992) - "La valorisation touristique de l'espace rural. Mutation des concepts et nouvelles réalités économiques". *L'Information Géographique*, Vol. 56, N° 5.
- CASTRESANA, R. Z. (1990) - *El Consumo del Ocio*. Universidad del País Vasco.
- CABANNE, Claude (1993) - "Problèmes du développement touristique sur la côte sud-est de la Crimée". *L'Information Géographique*, Vol. 57(1).
- CAZES, Georges (1992) - *Tourisme et Tiers-Monde - Un bilan controversé*. Ed. L'Harmattan, Paris.
- CAVACO, Carminda (1969) - "Geografia e turismo no Algarve: aspectos contemporâneos". *Finisterra*, vol. IV, 8, Lisboa.
- CAVACO, Carminda (1974) - "Monte Gordo: aglomerado piscatório e de veraneio". *Finisterra*, Vol. IX, 18, Lisboa.
- CAVACO, Carminda (1980) - "O turismo em Portugal: aspectos evolutivos e espaciais". *Estudos Italianos em Portugal*, pp. 40-52.
- CAVACO, Carminda (1982) - "A costa do Estoril como emissora de turismo". Sep. de *Economia*, vol. VII, n° 3, Lisboa.
- CAVACO, Carminda (1984) - "Comércio, Serviços e Turismo em Portugal Continental: desenvolvimento, investigação geográfica e questões metodológicas". *Actas do III Colóquio Ibérico de Geografia*, Barcelona, pp. 455-475.
- CAVACO, Carminda e MONTEIRO, A. (1990) - *Turismo no Espaço Rural, Antologia*, vol. I, II e III, Direcção Geral do Planeamento e Agricultura, MAPA, Lisboa.
- CRAVIDÃO, F. Delgado (1989) - "Turismo e desenvolvimento - o distrito de Coimbra". *Arunce*, Lousã, n°1, pp. 37-63.
- CRAVIDÃO, F. Delgado (1991) - "Residência secundária e Revalorização do espaço Rural". *V Colóquio Ibérico de Geografia*, Léon, pp. 359-365.
- CRAVIDÃO, F. Delgado e CUNHA, Lúcio (1991) - "Turismo, Investimento e Impacto Ambiental", *Cadernos de Geografia*, n° 10, pp. 199-220.
- CRAVIDÃO, F. Delgado e CUNHA, Lúcio (1993) - "Ambiente e práticas turísticas em Portugal". *Inforgeo*, N° 6
- CRIBIER, F. (1971) - "La géographie de la récréation en Amérique anglosaxonne". *Annales de Géographie*, n° 442, pp. 644-665.
- DEWAILLY, J. M. (1991) - "Le tourisme est-il une 'industrie'". *L'Information Géographique*, Vol. 55(5).
- DRAGOVICH, D. (1990) - "Impact of tourists on carbon dioxide levels at Jenolan Caves, Australia: an examination of microclimatic constraints on tourist cave management". *Geoforum*, Vol. 21(1).
- DUMMAZEDIER, J. (1962) - *Vers une civilisation du loisir?*. Ed. Seuil, Paris.
- DUMMAZEDIER, J. e RIPPERT, A. (1966) - *Loisir et culture*, vol. I de *Loisir et la Ville*. Ed. Sueil. Paris.
- FEIO, Paulo Areosa; CARRANCA, Maria Adelaide e HENRIQUES, Eduardo Brito (1991) - "O turismo nas políticas recentes de desenvolvimento regional. O caso português". *Finisterra*, Vol. XXVI, N° 52.
- FERREIRA, Denise de Brum (1990) - "Clima e Turismo". *Finisterra*, Vol. XXV, N° 49.
- FORTUNA, Carlos (1992) - *Turismo como Imagem. A Gestão da Incerteza*. Comunicação apresentada ao 2º Forum de Turismo, Coimbra.
- GAMA, A. (1988) - "Notas para uma Geografia do Tempo-Livre". *Cadernos de Geografia*, n° 7, pp. 203-217.
- GAUTHIER, Hervé (1992) - "La mobilité géographique des personnes âgées au Québec". *Espace, Populations, Sociétés*. N° 1.
- GAVIRIA, Mário (1971) - *Campo, Urbe y Espacio del Ocio*. Siglo XXI, Madrid.
- GLYPTIS, Sue (1992) - *Countryside Recreation*. Longman, Londres.
- GUARNIDO OLMEDO, Victoriano e BIRRIEL SALCEDO, Margarita J. (1989) - "El turismo y la Balanza de Pagos (1980-1986)". *Paralelo 37º*, N° 13.
- GUARNIDO OLMEDO, Victoriano e SEGURA GOMEZ, Isabel María (1989) - "Una aproximación al estudio de la segunda residencia (La Costa)". *Paralelo 37º*, N° 13.
- JOHNSON, P. e THOMAS, B. (ed) (1992) - *Choice and Demand in Tourism*. Mansell.
- LUMBIERRES BOSCH, M. Carmen (1993) - "El turismo en el espacio rural: turismo rural y turismo verde. Algunas experiencias en la Ribagorza". *Geórgica*, N° 2.
- LICKORISH, Leonard e Outros (1991) - *Developing Tourism destination, policies and Perspectives*, Longman, Londres.
- LOZATO-GIOTART, J. P. (1990) - *Méditerranée et Tourisme*, Masson, Paris.
- LOZATO-GIOTART, J. P. (1993) - *Géographie du Tourisme*, Masson, Paris.
- MATHIESON, A. e WALL, G. (1987) - *Tourism: economic, physical and social impacts*.
- MIRANDA MONTERO, M. Jesús - "Las vacaciones de la tercera edad: un tipo específico de turismo". *Cadernos de Geografia*, 1992, N° 51.
- MIOSSEC, Jean Marie (1976) - "Eléments pour une théorie de l'espace touristique". *Les Cahiers du Tourisme*, 36, Aix-en-Provence.

- MIOSSEC, Jean Marie (1977) - "L'image touristique comme introduction à la Géographie du Tourisme". *Annales de Géographie*, n° 473, pp. 55-69.
- MIRLOUP, Joel (1987) - "Les grandes zones de tourisme culturel: définition et problèmes de saturation". *Méditerranée*, n° 4, pp. 5-17.
- OTANEGRE, J. F. (1992) - "Le tourisme au Rwanda: une émergence éphémère?". *Les Cahiers d'Outre-Mer*, N° 177.
- PATMORE, J. A. (1981) - "Recreation and Leisure. *Progress in Human Geography* , n° 5, pp. 87-92.
- PEARCE, Douglas (1989) - *Tourism today. A Geographical analysis*. Longman, Londres.
- "Le premier espace touristique mondial" (1990) - *Méditerranée*, n° 1/2, pp. 61-65.
- SIRGADO, J. R. (1994) - *Portugal in the european Tourism Map: Recent tents and Strategies for the Future*. Comunicação apresentada na Regional Conference of the International Geographical Union, Praga.
- SONEIRO, Javier (1991) - *Aproximación a la Geografía del turismo*. Ed. Síntesis, Madrid.