



RESENHA

COSTA, Carlos; BRANDÃO, Felipa; COSTA, Rui; BREDA, Zélia. **Turismo nos países lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios**. Lisboa: Escolar, 2014.

Jean Carlos Vieira Santos – UEG – Caldas Novas – Goiás - Brasil
svcjean@yahoo.com.br

Turismo nos países lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios é a mais recente obra de turismo organizada pelos docentes Carlos Costa, Filipa Brandão, Rui Costa e Zélia Breda, da Universidade de Aveiro (UA/Portugal). Publicada pela Escolar Editora (Lisboa), ela aborda as temáticas gestão, competitividade, estratégias e planejamento dos territórios turísticos. Neste livro procura-se delinear opções estratégicas e produtos modernos, cuja expansão possa ser feita com deferência e dentro de um quadro de sustentabilidade dos territórios turísticos da lusofonia.

Este trabalho reúne investigações desenvolvidas por um conjunto de pesquisadores articulados diretamente com as relações do turismo em diferentes territórios, com textos de autores como João Albino Silva, Antônio Matias, Pedro Pintassilgo, Fernanda Cravidão, Luiz Gonzaga Godoi Trigo, Alexandre Panosso Netto, Nuno Fazenda, Manuel Vong, Patrícia Oom do Valle, Ana Maria Ferreira, entre outros. Sem medo de exagerar, podemos afirmar que já nas primeiras páginas deste livro os autores enfatizam que o turismo deve ser visto no futuro, no âmbito de um paradigma moderno de gestão e planejamento de pessoas, do patrimônio e da cultura, pois é um fenômeno civilizacional suportado pela cultura, pela história, pelos povos e pela língua.

Para esses renomados estudiosos, a atividade turística representa uma alternativa socioeconômica, no âmbito da cidadania, de geração de emprego e fonte de renda, do desenvolvimento de base local, da promoção do desenvolvimento econômico e cultural nas bases local e regional, da conservação de recursos naturais, históricos e patrimoniais que contribuem para a criação e o desenvolvimento de produtos turísticos diversificados, respondendo a diversos tipos de motivações e a mercados cada vez mais alargados.

A reflexão de Costa (2014, p. 19-40) volta-se à compreensão de que o conhecimento em turismo emerge dentro de “tensões” de conhecimento de duas grandes escolas: o espaço (geografia) e a economia. Tais áreas têm aduzido contributos centrais na criação e estruturação do conhecimento em turismo e são indubitavelmente as duas grandes correntes de conhecimento que contribuem para a emergência do turismo como área científica.

Desse modo, os autores dos capítulos iniciais abrem os debates textuais defendendo que o turismo é hoje uma das principais indústrias a nível mundial e assume, como um dos seus objetivos, a criação de valor para milhões de consumidores turísticos em contextos geográficos e culturais diversos. Por meio do planejamento, da produção e da distribuição de bens e serviços crescentes complexos, diversificados e globalizados, o turismo potencia a criação de empregos, os retornos de investimentos, as receitas fiscais e o próprio desenvolvimento de países e regiões.

Enfatiza-se a compreensão de que os turistas, à semelhança de qualquer consumidor, adquirem os produtos turísticos e outros bens e serviços que têm à sua disposição, de forma a maximizar a satisfação ou utilidade que recebem do consumo, dada a sua restrição orçamental. É apontado que o produto turístico pode assumir a natureza de um bem (ex.: artigo de artesanato), serviço (ex.: visita guiada) ou ainda de uma combinação de ambos (ex.: refeição num restaurante).

O capítulo de autoria da geógrafa Fernanda Cravidão consiste no entendimento de que existe hoje uma cultura planetária que promove novas relações com o tempo, o passado e o território. Esta cultura apela às experiências, a uma atração quase nostálgica, a uma identidade social e territorial. Concordando com a autora, os sítios, os lugares, os territórios adquirem novas dimensões simbólicas e afetivas.

Trata-se da crítica necessária ao desenvolvimento da atividade turística, em que as ligações entre o turismo e os territórios nos parecem particularmente importantes no tecido das práticas turístico-culturais da sociedade contemporânea. É nesse sentido que as novas cumplicidades entre turista/visitante e o lugar representam, para a sociedade contemporânea, um elo entre a tradição e a modernidade e, por isso, uma ligação em construção permanente. Nas designadas “áreas marginais”, essa atividade cativa, também, um número maior de turistas.

O turismo é um território de memórias, materiais e imateriais, mas também uma teia de contradições. Para muitos, a viagem é um emaranhado de fronteiras entre o imaginário e o concreto, entre o real e a ficção, em que o lugar adquire cada vez mais um valor simbólico. E é aqui que o turismo tem um campo completamente aberto para se desenvolver.

Enquanto isso, o capítulo de Luiz Gonzaga Godoi Trigo e Alexandre Panosso Netto aponta um debate sobre o Brasil e sua riqueza e pluralidade de culturas. Destacam-se as imponentes esculturas em cerâmica de Francisco Brennand, em Pernambuco, e as feiras de artesanato em Salvador, Aracaju ou Fortaleza. São apresentadas, ainda, novas práticas culturais que alcançaram ecos internacionais e enriqueceram o cotidiano de milhões de pessoas pelo país, tornando-se atrativos turísticos, domésticos e internacionais de grande relevância. Em outro capítulo, Manuel Vong, Patrícia Valle e João Albino Silva apresentam resultados preliminares da pesquisa em desenvolvimento referente ao turismo em Timor-Leste. Eles analisam a sustentabilidade ambiental e as formas de turismo que poderão tirar partido das condições naturais do território.

A autora Ana Maria Ferreira enfatiza o rico debate do turismo cultural em relação ao turismo criativo. Seu capítulo traz para o centro da discussão não só a problemática da cocriação, a qual perpassa atualmente, de modo transversal, muitas áreas do saber, mas também a necessidade urgente de se valorizar a criatividade e a inovação como fatores críticos de desenvolvimento, assim como agentes primordiais da distinção dos destinos turísticos.

Nesse contexto, é assinalada a concepção de que o turismo criativo se baseia na experiência, no participar e no aprender (não se deve observar apenas os ícones ou alguém a pintar ícones, mas antes frequentar um curso sobre pintura de ícones no

destino). Defende-se o turismo criativo como a próxima geração do turismo cultural que exige o envolvimento ativo no processo criativo, de modo a estabelecer um engajamento e uma troca com a população e a cultural local. Diante disso, é exigida uma relação entre o processo criativo e o destino, ancorando-o na cultura, na criatividade e na identidade local, assim como na cocriação entre os visitantes e a população local.

Este é um livro resultante de diferentes experiências e análises que apresenta os contornos de uma pesquisa coletiva que, por sua vez, aprofunda a problemática turismo nos diversos países de língua portuguesa, trazendo exemplos lusófonos relevantes e de evidente contributo científico. Ao ler a obra, é possível compreender quais as contradições, as densidades, os sentidos, os conhecimentos, os jogos e as estratégias que cercam os territórios turísticos nesses países.

Jean Carlos Vieira Santos - Pós-doutorado em Turismo pela Faculdade de Economia da Universidade do Algarve/Portugal (2014-2015); Doutor pelo Instituto de Geografia da Universidade Federal de Uberlândia (2010); Estágio Doutorado PDEE/Capes na Universidade do Algarve / Portugal (2008/2009); Mestre pelo Instituto de Geografia da Universidade Federal de Uberlândia (2004); Especialista em Geografia pela Faculdade de Educação São Luiz/SP (2001); e Graduado em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia (1994). É membro da Associação de Defesa do Patrimônio Cultural e Ambiental do Algarve em Portugal (ALMARGEM). Atualmente, é Professor e pesquisador em Regime de Tempo Integral de Dedicção à Docência e à Pesquisa na Universidade Estadual de Goiás - UEG, Câmpus Caldas Novas. Bolsista de Incentivo ao Pesquisador (PROBIP) da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade Estadual de Goiás (PrP|UEG). Conta com artigos disponibilizados em periódicos e anais de Congressos realizados no Brasil e Exterior. Possui experiência na área, com ênfase nos seguintes temas: Geografia do Turismo; Olarias e Artesanato Popular em Destinos Turísticos; Estratégias Territoriais e Espaciais do Lazer, Turismo, Hotelaria e Gastronomia em Cidades Turísticas.

Recebido para publicação em 22 de novembro de 2017.

Aceito para publicação em 07 de dezembro de 2017.

Publicado em 18 de dezembro de 2017.