

## O TURISMO DO ANO 2000

MARIA DA GRAÇA MOUGA POÇAS SANTOS <sup>1</sup>

Há quase três décadas, mais concretamente em 1972, foi publicado um livro – *Le Tourisme*<sup>2</sup>, que se tornou rapidamente numa espécie de manual para estudantes e outros interessados pelo fenómeno turístico, de cujo sucesso falam tanto o facto de as suas várias edições se encontrarem esgotadas, como a constatação de se tratar de uma referência incontornável em qualquer bibliografia sobre o tema.

O estudo de que agora pretendemos dar notícia<sup>3</sup> é assumidamente um regresso do seu autor às origens, constituindo um eco desse livro inicial, num trabalho de maturidade de alguém que se tem dedicado a uma abordagem abrangente e pluridimensional do Turismo.

Numa obra atravessada por um assinalável bom humor<sup>4</sup>, Boyer propõe uma análise tripartida, começando por ensaiar as linhas de força da especificidade do Turismo, mencionando-se seguidamente as invenções do Turismo (aquelas enfaticamente no plural) e concluindo pela caracterização do Turismo do ano 2000, enquanto actividade mundializada.

Na primeira parte, depois de ensaiar uma resposta ao *porquê* e ao *como* da definição de Turismo (Cap. 1), apresenta uma desenvolvida etimologia das palavras e dos conceitos a ele ligados (Cap. 2), buscando os respectivos paradigmas (Cap. 3) e finalizando com a apresentação de um exaustivo léxico histórico acerca dos fenómenos que o integram ou lhe estão conexos (Cap. 4).

Afastando a ideia de uma qualquer *ciência do Turismo*, mas defendendo a pluralidade de perspectivas disciplinares que sobre este incidem (entre as quais menciona, obviamente, o olhar geográfico), como forma de garantir a sua compreensão, o autor leva-nos a percorrer um itinerário epistemológico

---

<sup>1</sup> Professora Adjunta da Escola Superior de Educação de Leiria e doutoranda em Geografia na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Rua Dr. João Soares, Porto Moniz, Apartado 3078, 2400-448 Leiria. Tel.: 2-44-829400; Fax: 2-44-829499.

<sup>2</sup> BOYER, Marc (1972) – *Le Tourisme*, Paris, Editions du Seuil.

<sup>3</sup> BOYER, Marc (1999) – *Le Tourisme de l'an 2000*. Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 265 p.

<sup>4</sup> De que é exemplo uma bibliografia dividida em: advertência, livros recentes de um particular interesse, obras que é obrigatório ter lido, as que é obrigatório ter folheado e filmes que é obrigatório ter visto...

que permita penetrar numa realidade algo labiríntica e que, como tal, não se compadece com qualquer ideia de marketing simplificado, antes exigindo verdadeiras «chaves socio-culturais».

Em segundo lugar, procede-se a uma análise acerca da génese e evolução histórica do Turismo (Cap. 1), distinguindo-o, no que será um dos aspectos porventura mais controversos do texto, de fenómenos como as peregrinações, o termalismo ou as estadas em casas de campo, consideradas como «falsos amigos» da noção de turismo, uma vez que, se nele inseridas, levariam a fazer recuar a tempos remotos a sua existência e a aumentar largamente a importância dos movimentos turísticos na actualidade, *tentação* que Marc Boyer expressamente rejeita (Cap. 2).

Por outro lado, considera-se que ao longo da história do turismo se encontra sempre uma chamada «invenção elitista», cumprindo hoje as estrelas de cinema o papel que cabia nos séculos XVIII e XIX às famílias reais, enquanto vértice de uma pirâmide de sucessiva imitação social (Cap. 3).

Finalmente, na terceira parte, realça-se a especificidade do Turismo no ano 2000, nomeadamente enfatizando o triângulo Turismo/Cultura/Lazer (Cap. 1) e, ao referir-se ao percurso turístico propriamente dito, são definidos três tempos, correspondentes ao *antes*, ao *durante* e ao *depois*: a viagem imaginada, a viagem vivida e a viagem prolongada, sendo a primeira e a última tão importantes ou mais do que a segunda, apesar do seu carácter virtual (Cap. 2).

Ainda neste capítulo, são enunciados os conteúdos do turismo, em função de dois eixos fundamentais: acção/repouso e alienação/reencontro consigo próprio, sendo estes de algum modo complementares de um modelo, também apresentado mas não original, respeitante à segmentação por estilos de turistas.

Nos capítulos 3 e 4, apresentam-se dados sobre os fluxos turísticos relativos aos espaços francês, europeu e mundial, sugerindo-se uma tipologia dos mesmos.

Na conclusão é proposto o auto-designado «Modelo Boyer do Turismo de Massas», o qual visa enquadrar tanto as mudanças quantitativas, como as alterações qualitativas a que o fenómeno está sujeito.

Em suma, o livro agora apreciado, ao aliar a solidez da experiência acumulada pelo autor no estudo do Turismo a uma atenção renovada às formas de que este se reveste na actualidade, é do maior interesse para o estudo da matéria.