Millena Eirim Araújo[1]

1. INTRODUÇÃO

O turismo deve ser compreendido como fenômeno histórico inserido nos processos de modernização e reorganização territorial (Perosini, 2017). Desde o século XIX, com a consolidação da sociedade industrial e urbana, estruturou-se como atividade vinculada à mobilidade, ao lazer e ao consumo de espaços (Lefebvre, 2002; Perosini, 2017). Engels (1975) destacou que a Revolução Industrial transformou não apenas os meios de produção, mas também a organização social urbana, criando condições para novas práticas. Lefebvre (2002) reforça que o espaço é produto das relações sociais, e o turismo deve ser entendido como parte dessas dinâmicas de produção e apropriação.

Essa trajetória mostra que o turismo não surge isolado, mas como consequência das transformações sociais e espaciais ligadas à expansão do capitalismo. Santos (2007) observa que o espaço geográfico é construção humana marcada pelo tempo acumulado e pelas práticas sociais. Nesse sentido, o turismo articula mobilidade, consumo e experiência, tornando-se parte da vida cotidiana e dos processos de ordenamento territorial (Santos, 2007; Haesbaert, 2005; Fratucci, 2009).

Concebido como fenômeno social, econômico e cultural, o turismo consolidou-se nas últimas décadas como força de transformação territorial. Mais que atividade econômica, reorganiza espaços, redefine identidades locais e cria novas dinâmicas de circulação de pessoas, capitais e símbolos (Fratucci, 2009; Haesbaert, 2005).

A relevância desta pesquisa está em compreender o turismo como força estruturante dos territórios contemporâneos, indo além de análises restritas a indicadores econômicos ou práticas culturais isoladas. Ao se articular com urbanização, turistificação e *city marketing*, revela tanto potencialidades quanto contradições: dinamiza economias e valoriza culturas, mas também fragiliza identidades e impõe modelos homogêneos de desenvolvimento.

O objetivo é analisar como esses conceitos se inter-relacionam na produção e gestão dos espaços turísticos, discutindo o turismo como força estruturante dos territórios contemporâneos. A lente do desenvolvimento territorial é adotada para compreender criticamente os impactos da atividade, reconhecendo que os territórios são construções sociais, políticas e culturais dotadas de identidade e relações de poder (Boisier, 2017).

2. METODOLOGIA

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório e interpretativo, fundamentada em revisão bibliográfica (Minayo, 2012). A população considerada corresponde às produções acadêmicas sobre turismo, urbanização, turistificação, city marketing e desenvolvimento territorial. A amostra foi composta de forma intencional, reunindo obras clássicas e contemporâneas que contribuíram para a construção conceitual desses temas.

[1]Bacharel em Turismo pela Universidade Federal Fluminense. Mestranda no Programa de Pós - Graduação em Turismo pela Universidade Federal Fluminense (PPGTUR-UFF). E-mail: millenaeirim@id.uff.br.

Os dados foram coletados em livros, artigos, teses e anais disponíveis em bibliotecas digitais e bases acadêmicas nacionais e internacionais, selecionados por relevância e pertinência ao objeto de estudo. A análise seguiu três etapas: (i) sistematização dos conceitos fundamentais; (ii) identificação de convergências e divergências entre autores; (iii) articulação dos conceitos sob a lente do desenvolvimento territorial.

A abordagem interdisciplinar, que dialoga com geografia, sociologia, antropologia e estudos culturais (Hall, 2005; Panosso Netto; Lohmann, 2014), reforça o caráter exploratório da pesquisa e sustenta uma leitura crítica e integrada dos impactos do turismo na produção e gestão dos territórios.

3. RESULTADOS

3.1 Inter-relação entre Urbanização e Turistificação

O turismo está intrinsecamente ligado à urbanização e à lógica capitalista. A industrialização promoveu a migração para os centros urbanos, criando condições materiais e simbólicas para a prática turística (Engels, 1975; Lefebvre, 2002). O espaço urbano passou a concentrar não apenas atividades produtivas, mas também práticas sociais e culturais, abrindo caminho para o turismo como dimensão significativa da vida moderna (Hall, 2005).

Essa relação evidencia que o turismo não deve ser visto apenas como consequência da urbanização, mas também um agente ativo na sua intensificação. Santos (2007) observa que o espaço é produto das relações sociais, e nesse sentido o turismo contribui para reforçar e acelerar dinâmicas urbanas, seja pela criação de novos equipamentos voltados ao lazer e hospitalidade, seja pela valorização simbólica de determinados espaços. No entanto, essa expansão frequentemente privilegia áreas centrais e turísticas em detrimento das periferias, ampliando desigualdades socioespaciais.

O turismo, ao intensificar dinâmicas urbanas, cria infraestruturas voltadas ao lazer e hospitalidade, mas também reorganiza territórios rurais e urbanos em função da lógica turística (Fratucci, 2008). Nesse contexto, a turistificação não pode ser entendida como mero desdobramento da urbanização, mas como força que redefine usos e significados dos espaços, convertendo-os em destinos voltados ao consumo (Fratucci, 2008). Essa transformação, embora possa gerar dinamização econômica e visibilidade cultural, frequentemente resulta em processos de gentrificação e mercantilização das identidades locais, revelando contradições entre desenvolvimento urbano e justiça social (Calle Vaquero *et al*., 2023).

3.2 Turistificação e *City Marketing*

A turistificação reorganiza espaços segundo a lógica do consumo turístico, convertendo-os em destinos e redefinindo usos e significados urbanos e rurais (Fratucci, 2008; Calle Vaquero *et al.*, 2023). Trata-se de uma transformação estrutural que altera dinâmicas locais e subordina territórios às exigências do mercado global de viagens.

Seus efeitos são diversos e contraditórios. No plano socioeconômico, destacam-se processos de gentrificação, com deslocamento de populações de menor renda pela valorização imobiliária e especulação urbana (Fratucci, 2009),

além da precarização do trabalho, marcada pela sazonalidade e informalidade (Carneiro *et al.*, 2021).

Culturalmente, observa-se a mercantilização das tradições locais, adaptadas às expectativas dos visitantes, o que pode gerar estereótipos e perda de autenticidade (Barbosa, 2014; Santa Clara Viana Junior; Oliveira, 2024). Embora esse processo amplie a visibilidade cultural, ameaça a autonomia das comunidades ao transformar práticas sociais em produtos de consumo.

O city marketing intensifica essas transformações ao projetar cidades como marcas globais, mobilizando campanhas e eventos para posicioná-las no mercado internacional (Mascarenhas, 2014). Essa prática, porém, tende a selecionar elementos culturais conforme interesses mercadológicos, invisibilizando grupos que não se encaixam na imagem oficial (Mascarenhas, 2014; Baudrillard, 1995). Como observa Baudrillard (1995), elementos culturais passam a ser consumidos como signos de distinção e status.

Assim, a articulação entre turistificação e city marketing revela uma contradição central: ao mesmo tempo em que dinamizam economias e projetam cidades no cenário global, fragilizam identidades locais e ampliam desigualdades socioespaciais.

3.4 Desenvolvimento Territorial

O desenvolvimento territorial surge como resposta às limitações das concepções economicistas, enfatizando a articulação entre dimensões sociais, culturais, ambientais e institucionais (Boisier, 2004; Ortega, 2006). Essa perspectiva reconhece o território como construção social e política, valorizando identidade, participação comunitária e sustentabilidade (Haesbaert, 2005; Sacco dos Anjos, 2016). Ao deslocar o foco do crescimento econômico para a valorização das especificidades locais, o desenvolvimento territorial propõe um modelo mais inclusivo e plural de organização dos espaços (Boisier, 2004; Dallabrida, 2016; Ortega, 2006).

Sob essa lente, os processos de urbanização, turistificação e city marketing revelam contradições centrais. Embora dinamizem economias e projetam cidades no cenário global, frequentemente fragilizam identidades locais e comprometem a autonomia comunitária (Boisier, 2004; Haesbaert, 2005). A análise interdisciplinar mostra que os impactos não são apenas econômicos, mas também sociais, culturais e políticos, exigindo políticas públicas capazes de conciliar competitividade urbana com justiça social e sustentabilidade ambiental.

Experiências concretas demonstram que políticas públicas baseadas em princípios de endogeneidade e ecoterritorialismo podem gerar modelos alternativos ao turismo massificado (Nemes; Tomay, 2009; Dallabrida *et al.*, 2024). Essa perspectiva permite reinterpretar criticamente os efeitos do turismo, revelando contradições entre a lógica mercadológica global e as especificidades locais.

A lente do desenvolvimento territorial evidencia a necessidade de processos endógenos, participativos e sustentáveis que valorizem a singularidade de cada território, garantindo que o turismo seja vetor de inclusão e diversidade,e não apenas de mercantilização e exclusão (Boisier, 2004; Dallabrida, 2016).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise integrada mostra que turismo e urbanização se articulam em um ciclo de retroalimentação: a urbanização cria condições para o turismo, e este, por sua vez, intensifica e reconfigura a urbanização (Fratucci, 2009; Haesbaert, 2005). A turistificação emerge como elemento central, traduzindo a lógica mercadológica em práticas de reorganização espacial (Calle Vaquero *et al*., 2023). Assim, o turismo não é apenas reflexo das transformações urbanas, mas vetor que molda territórios, produz desigualdades e redefine identidades.

Quando orientado exclusivamente pela lógica mercadológica, o turismo atua como força de dominação que fragiliza identidades e compromete a autonomia dos territórios. Contudo, articulado a princípios de endogeneidade, governança territorial e ecoterritorialismo, pode se tornar vetor de valorização cultural, dinamização econômica e fortalecimento comunitário.

Sob a perspectiva do desenvolvimento territorial, esses processos revelam contradições: ao mesmo tempo em que dinamizam economias e projetam cidades no cenário global, fragilizam identidades locais e ampliam desigualdades socioespaciais (Boisier, 2004; Haesbaert, 2005). Essa lente teórica permite reinterpretar criticamente os efeitos do turismo, destacando que seus impactos são também sociais, culturais e políticos, exigindo políticas públicas que conciliam competitividade urbana com justiça social e sustentabilidade ambiental (Boisier, 2004; Haesbaert, 2005; Dallabrida, 2016).

Experiências demonstram que políticas baseadas em endogeneidade e ecoterritorialismo podem gerar alternativas ao turismo massificado, fortalecendo comunidades e valorizando práticas culturais autênticas (Nemes; Tomay, 2022; Dallabrida *et al*., 2024). O desafio contemporâneo é pensar estratégias de gestão que reconheçam a singularidade de cada território, garantindo que o turismo seja vetor de inclusão e diversidade, e não apenas de mercantilização e exclusão.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo; Urbanização; Turistificação; *City Marketing*; Desenvolvimento Territorial

REFERÊNCIAS

ANJOS, F. S. dos. Abordagem territorial e desenvolvimento: tópicos sobre a natureza de um debate inacabado, 2014.

BARBOSA, F. C. Comida emblemática e seus cenários de consumo: simulacros, mercadorias e cozinha de tradição no turismo cultural da cidade de Goiás. Trabalho apresentado na 29ª Reunião Brasileira de Antropologia, 2014, Natal/RN.

BAUDRILLARD, J. A sociedade de consumo. Lisboa: Edições 70, 1995.

BOISIER, S. Desarrollo territorial y descentralización: el desarrollo en el lugar y en las manos de la gente. *EURE (Santiago)*, v. 30, n. 90, p. 27-40, 2004.

CALLE VAQUERO, M. de la; MÍNGUEZ, C.; GARCÍA-HERNÁNDEZ, M. The touristification of urban spaces: measurement proposal. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n. 99, 2023.

CARNEIRO, J.; SANT'ANNA, E. S.; VIANA, J. P.; FRATUCCI, A. C. Trabalho (in)decente no turismo: reflexões para a construção de uma agenda de pesquisa. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, v. 13, n. 3, p. 1213-1233, 2021.

DALLABRIDA, V. R. *Território, governança e desenvolvimento territorial: indicativos teórico-metodológicos, tendo a indicação geográfica como referência*. São Paulo: LiberArs, 2016.

_____; BÜTTENBENDER, P. L.; ROTTA, E.; BRUM, A. L. O debate sobre abordagem territorial do desenvolvimento: uma apresentação do tema. *Desenvolvimento em Questão*, v. 22, n. 61, p. 7-24, jan./mar. 2024.

ENGELS, F. *A origem da família, da propriedade privada e do Estado*. Tradução de Leandro Konder. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1975.

FRATUCCI, A. C. **A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: as possibilidades das redes regionais de turismo.** 308 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.

_____ Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico. *Revista da Universidade Federal Fluminense*, v. 15, 2009.

HAESBAERT, R. *Da desterritorialização à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

HALL, C. M. *Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility*. Clevedon: Channel View Publications, 2005.

LEFEBVRE, H. *A revolução urbana*. Tradução de Sérgio Martins. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

MASCARENHAS, G. Cidade mercadoria, cidade-vitrine, cidade turística: a espetacularização do urbano nos megaeventos esportivos. *Caderno Virtual de Turismo*, edição especial: Hospitalidade e políticas públicas em turismo, Rio de Janeiro, v. 14, supl. 1, p. s52–s65, nov. 2014.

MINAYO, M. C. de S. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 17, n. 3, p. 621-626, 2012.

NEMES, G.; TOMAY, K. Split realities – dilemmas for rural/gastro tourism in territorial development. *Regional Studies*, v. 56, n. 11, p. 1743-1755, 2022.

ORTEGA, A. C. Desenvolvimento territorial rural no Brasil: limites e potencialidades dos CONSADs. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, Brasília, v. 44, n. 2, p. 321-347, abr./jun. 2006.

PANOSSO NETO, A.; LOHMANN, G. *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph, 2014.

PEROSINI, G. L. A revolução industrial e sua influência na reestruturação da vida familiar. *RELACult – Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade*, v. 3, n. 3, p. 1-15, set./dez. 2017.

SANTA CLARA VIANA JUNIOR, F.; OLIVEIRA, T. C. Identidades em trânsito: turismo, patrimônio agroalimentar e a mercantilização da cultura. *Revista Hospitalidade*, 2024.

SANTOS, M. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.