

CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS

DICIONÁRIO DAS CRISES E DAS ALTERNATIVAS


ALMEDINA

 ces

Centro de Estudos Sociais

Dicionário das Crises e das Alternativas



DICIONÁRIO DAS CRISES E DAS ALTERNATIVAS

AUTOR

Centro de Estudos Sociais – Laboratório Associado
Universidade de Coimbra

EDITOR

EDIÇÕES ALMEDINA, S.A.

Rua Fernandes Tomás, n.ºs 76, 78 e 79
3000-167 Coimbra

Tel.: 239 851 904 · Fax: 239 851 901
www.almedina.net · editora@almedina.net

DESIGN DE CAPA

FBA

REVISÃO

Victor Ferreira

PRÉ-IMPRESSÃO

EDIÇÕES ALMEDINA, S.A.

IMPRESSÃO E ACABAMENTO

G.C. – GRÁFICA DE COIMBRA, LDA.

Palheira Assafarge, 3001-453 Coimbra

producao@graficadecoimbra.pt

Abril, 2012

DEPÓSITO LEGAL

....

Os dados e as opiniões inseridos na presente publicação são da exclusiva responsabilidade do(s) seu(s) autor(es).

Toda a reprodução desta obra, por fotocópia ou outro qualquer processo, sem prévia autorização escrita do Editor, é ilícita e passível de procedimento judicial contra o infractor.



GRUPOALMEDINA

BIBLIOTECA NACIONAL DE PORTUGAL – CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

Centro de Estudos Sociais – Laboratório Associado

Universidade de Coimbra

DICIONÁRIO DAS CRISES E DAS ALTERNATIVAS

ISBN 978-972-40-4820-8

CDU 316

338

um mandato do Banco Central Europeu centrado sobre o financiamento do crescimento e do emprego e não sobre o controlo da inflação.

José Manuel Pureza

Turismo

Embora as viagens sempre tenham feito parte da história da humanidade, o turismo, como atividade moderna, surgiu apenas com a Revolução Industrial. O desenvolvimento dos transportes e das comunicações, a urbanização e a progressiva separação entre os tempos de trabalho e de não trabalho ampliaram a capacidade de mobilidade dos indivíduos, ao mesmo tempo que libertaram os trabalhadores para o descanso ou atividades de lazer. O turismo passaria, a partir de então, a caminhar a par do capitalismo ocidental, desenvolvendo-se e organizando-se.

Durante o capitalismo organizado do séc. XX, a viagem individual empreendida pelos mais ricos evoluiu para o turismo de massas organizado. As atividades turísticas passaram a ser definidas pelos critérios ocidentais, standardizando-se em pacotes de férias. Na transição para o chamado capitalismo desorganizado, os mercados turísticos segmentaram-se, dando lugar a diferentes tipos de ofertas, diversos tipos de públicos e experiências múltiplas. O turismo passou a ser associado às atividades de viagens e de alojamento em locais fora do ambiente habitual dos viajantes, por um período não superior a um ano consecutivo, por motivos de lazer, negócios, saúde ou outros.

Neste capitalismo recente, que envolve formas de produção não materiais e imagéticas, há uma importância acrescida das componentes simbólicas, elementos que se tornaram essenciais na organização e promoção de destinos turísticos. Do ponto de vista estritamente económico, o turismo é hoje encarado como um potenciador de revitalização, possibilitando que os destinos usem os seus recursos com fins lucrativos. Os modos como as localidades reatualizam as suas imagens e significados e os transformam em instrumentos estratégicos de promoção revelam a centralidade que o turismo adquiriu nas últimas décadas. Cidades, regiões e países esperam encontrar no turismo uma alternativa que lhes permita contornar significativamente as limitadas oportunidades económicas de que dispõem.

Carina Gomes