

O PENSAMENTO DE LEFEBVRE E OS USOS E CONSUMOS DOS ESPAÇOS TURÍSTICOS

Valéria de Meira Albach¹

José Manoel Gonçalves Gândara²

Eduardo Hack Neto³

Vinicius Boneli Vieira⁴

RESUMO

A partir da década de 1960 Henri Lefebvre inicia uma discussão pautada na produção do espaço. O espaço urbano na ótica da geografia, como categoria de análise, passa a ser entendido como um produto social, fruto da (re)produção de vida da sociedade. No entanto, esta dinâmica entre sociedade e espaço gera um processo complexo e conflituoso, principalmente quando envolve a participação do turismo, que de certa forma, esteve e ainda mantém, uma relação determinante na produção do espaço. O uso turístico de um espaço abre estradas, fragmenta um território e dá início ao processo de produção do mesmo. Apresentar uma discussão inicial do espaço urbano como um espaço repressivo, assim como o escapismo da sociedade por meio do uso e consumo dos espaços é o objetivo deste trabalho. Metodologicamente esta abordagem utilizou-se de análise bibliográfica com base em obras de Lefebvre, e de outros autores que discutem o espaço urbano e o espaço turístico. Os resultados desta pesquisa procuram ampliar e refinar os estudos e discussões que envolvem o turismo e a geografia em suas bases epistemológicas. **Palavra-chave:** Espaço Turístico; Espaço Urbano; Lefebvre.

ABSTRACT

From on 1960, Henri Lefebvre initiates a discussion ruled in the space production. The urban space in the optics of the geography, as an analysis category, begins to be understood as a social product, consequence of the (re) production of life in society. However, this dynamic between society and space generates a complex and conflicting process, mainly when it involves the participation of the tourism, which, was and still keeps, a determinate relation in the space production. The touristic use of a space opens highways, fragments a territory and starts the territory production process. The goal of this paper is to show an initial discussion of the urban space as a repressive space, as well as the escapism of the society by the use and consumption of the spaces. Methodologically, this approach used a bibliographical analysis based in Lefebvre and other authors who discuss the urban

¹ Doutoranda em Geografia na Universidade Federal do Paraná, mestre em Geografia pela Universidade Federal do Paraná, especialista em Geografia Ambiental pela Universidade Tuiuti do Paraná e graduada em Turismo pela mesma instituição. Atualmente é professora da Facinter (Faculdade Internacional de Curitiba). Email: val.albach@gmail.com

² Doutor em Turismo e Desenvolvimento Sustentável pela ULPGC, Espanha. Professor e Pesquisador do Departamento de Turismo e do Mestrado/Doutorado em Geografia da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E.mail: jmgandara@yahoo.com.br

³ Doutor em Geografia pela Universidade Federal do Paraná. Professor e Pesquisador na Uniamérica e UDC de Foz do Iguaçu/PR. Email: eduardohackn@hotmail.com

⁴ Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Paraná. Técnico e Coordenador de Turismo em Áreas Naturais da Fundação Turística de Joinville/ SC. Email: viniciusBoneli@gmail.com

space and the touristic space. The results of this research try to enlarge and to refine the studies and discussions which involve Tourism and Geography in its epistemological bases. **Key words:** Tourist Space; Urban Space; Lefebvre.

INTRODUÇÃO

O ser humano procura cada vez mais sua inserção no meio considerado urbano, em busca do modo de vida conectado com o sistema capitalista. Para construir suas vidas profissionais, vínculos afetivos e sociais a “cidade” mostra-se o espaço ideal, com as possibilidades de serviços abundantes e infra-estruturas que conformam uma imagem de “paraíso artificial”.

Nos países altamente industrializados e urbanizados, tem-se o conhecimento que a população é, em sua maioria, urbana. Fica evidente a concentração populacional no entorno das grandes cidades. As regiões metropolitanas crescem e os problemas destes espaços urbanos se proliferam, também, em grandes proporções.

Neste contexto, o ser humano que busca sua vida cotidiana nos espaços urbanos sente a necessidade de se deslocar, mesmo que em períodos curtos, para os espaços naturais, onde podem desfrutar de paisagens distintas das que se acostumou a observar através das janelas de seus altos arranha-céus.

Esta abordagem vem discutir teoricamente os usos e consumos dos espaços turísticos oriundos da fuga e do escapismo dos espaços urbanos, utilizando como base a visão de espaço urbano de Henri Lefebvre. Para tanto, o apoio metodológico se deu por meio de análise bibliográfica com base em obras do autor em foco, e discussões realizadas por outros autores, como Ana Fani Carlos, além de publicações que proporcionam a reflexão da união entre o espaço urbano de Lefebvre e o espaço turístico.

LEFEBVRE E O ESPAÇO URBANO

Henri Lefebvre (1901-1991) foi um filósofo marxista e sociólogo francês, que estudou distintas temáticas com destaque para o espaço urbano, dentre suas obras, pode-se considerar as mais importantes para a pesquisa “O direito à cidade” (1969) e “A revolução urbana” (1970). O foco de sua análise é o sistema econômico capitalista no espaço urbano, com base na necessidade do poder industrial transformar a cidade de acordo com os seus interesses, seus estudos consideram neste processo a influência dos diversos agentes sociais.

Diversas ciências e áreas do saber utilizam o pensamento de Lefebvre em suas discussões, como a sociologia, a antropologia e a geografia, que tem nele um de seus autores clássicos para as reflexões relacionadas ao espaço urbano.

Alfredo (2006) expõe que a questão fundamental de Lefebvre é derivada da tese marxista para compreender como e porque no aprofundamento das contradições postas na relação capital trabalho, os termos da contradição perdem a sua potência revolucionária e incorporam os sentidos da reprodução. Em suas obras, Henri Lefebvre, comenta as separações e distanciamentos entre o homem e a natureza a partir de uma unidade pré-moderna forjada na modernidade como pertencimento, nas divisões postas como divisão social do trabalho e também, nas contradições necessárias da reprodução social.

Lefebvre considera que principalmente as sociedades dos grandes centros urbanos caminham para o que ele denomina sociedade urbana. Esta surge da industrialização que domina e absorve a produção agrícola e ao mesmo tempo se distancia do mundo rural: “o tecido urbano prolifera, estende-se, corrói os resíduos da vida agrária” (LEFEBVRE, 1999a, p.17).

Existe um desenvolvimento da economia, que se faz num novo setor econômico, que é o setor de turismo e de lazer que também se reproduz na cidade, ele interfere no processo de construção.

O autor distingue a cidade do urbano porque considera que a forma urbana, enquanto simultaneidade, não pode limitar-se ao espaço da cidade. Assim, o urbano passa a integrar o cotidiano enquanto categoria social que explicita, de forma mais acabada, o sentido da reprodução das relações sociais de produção. A cotidianidade é “lugar social de uma exploração refinada e de uma passividade cuidadosamente controlada” (LEFEBVRE, 1999a, p. 129). Ideologias práticas, parciais e redutoras são observadas no que o autor chama de ciência política, das relações de ideologia e poder.

A expansão do capital industrial forma o espaço urbano com distanciamento da realidade rural, assim, este é caracterizado por um desenvolvimento desigual, Lefebvre (2000, p.57) defende que “as forças produtivas (natureza, trabalho, organização do trabalho, técnicas e conhecimentos) e, bem entendido, as relações de produção, têm um papel - a determinar na produção do espaço”.

A relação centro e periferia é causada por um desenvolvimento dessemelhante, e assim, os operários expulsos do centro para a periferia tentam retomar o caminho do centro ocupado pela

burguesia causando conflitos sociais. Em um primeiro momento há a entrada da praça de mercado no interior das muralhas das cidades controladas pelos mosteiros ou castelos, incentivadas pelas feiras locais e regionais de artigos de luxo, as elites gradativamente permitiram a entrada da burguesia nascente no espaço do poder, logo deslocando a centralidade do poder dos palácios e mosteiros para a praça de mercado, consolidando a economia de mercado que teve nas cidades seu espaço privilegiado.

Esta relação entre comércio e indústria, durante a Antiguidade, partia da cidade. A cidade política organizava, dominava, protegia, administrava, explorava um território, com os camponeses, os habitantes dos vilarejos, os pastores, entre outros. Na Idade Média, esta relação partia do campo, o senhor que se apoia no campo, domina um débil território, que ele quer fazer crescer, se além da soberania fundiária e militar sobre o solo ocupado por comunidades subjugadas. A dupla luta de classes, marcada pela burguesia e senhores feudais, propicia para uma revolução urbana (LEFEBVRE, 1999b).

A sociedade urbana de Lefebvre é uma possível interseção entre a cidade industrial e a zona crítica. Quando uma grande metrópole passa pelo processo de industrialização, afasta-se do rural, vivendo assim na intitulada zona crítica, ou seja, da implosão-explosão onde emergem a concentração urbana, o êxodo rural e a subordinação completa do agrário ao urbano.

Monte-Mór (2006), explica com base em Lefebvre, que a implosão se dá na cidadela sobre si mesma, sobre a centralidade do excedente, do poder e da festa que se adensa e reativa os símbolos da cidade ameaçada pela lógica capitalista industrial. E a explosão acontece sobre o espaço circundante, com a extensão do tecido urbano, “forma e processo sócio espacial que carrega consigo as condições de produção antes restritas às cidades estendendo-as ao espaço regional imediato e, eventualmente, ao campo longínquo conforme as demandas da produção assim o exijam” (MONTE-MÓR, 2006, p. 9). O processo de expansão do fenômeno urbano que resulta na dominação da cidade sobre o campo e, virtualmente, sobre o espaço regional e nacional como um todo.

Lefebvre critica com espanto a passividade das pessoas diretamente interessadas no urbano, ele confere a estes usuários a condição de mudos. Para o autor os planejadores urbanos pedem “receitas para tornar as pessoas felizes” (1999a, p. 130), mas não levam em consideração os símbolos e sentidos, os desejos e anseios dos mais diferentes que habitam o espaço urbano, sendo

que os projetos utilizam-se muito mais de aspectos gráficos e tecnológicos, o processo se daria da ausência de urbanização até o urbano. Para ele, o urbanismo possui duplos aspectos: “ideologia e instituição, representação e vontade, pressão e repressão, estabelecimento de um espaço repressivo representado como objetivo, científico, neutro” (LEFEBVRE, 1999a, p. 165).

O autor destaca que a sociedade urbana, e principalmente da América Latina, tende a viver em uma “guerrilha urbana que se desencadeia nas favelas, nos exutórios dos campos, intermediários entre os camponeses despossuídos e o trabalho industrial” (LEFEBVRE, 1999a, p.134). Mesmo com os conflitos e problemas do espaço urbano é nele que a maioria dos indivíduos imprime seus desejos.

A grande indústria, então subordina ao capital a ciência e a natureza, “retira da divisão do trabalho sua última aparência de fenômeno natural” (LEFEBVRE, 1999b, p. 62). Consegue dissolver todas as relações naturais para fazer delas relações de dinheiro. “No lugar das cidades nascidas naturalmente, ela cria as grandes cidades industriais modernas, que brotaram como cogumelos” (LEFEBVRE, 1999b, p. 62).

O espaço natural que antes era predominante na visão da sociedade rompe-se e se torna subordinado. “Assim, o caráter social do espaço começa a tomar importância visivelmente (...) portanto a legibilidade das relações sociais inerentes. A análise dessas relações, ao contrário, torna-se difícil, a ponto que se chega a avizinhar de um paradoxo” (LEFEBVRE, 2000, p.100).

Esta sociedade urbana submeteu-se ao “paraíso artificial”, expressão utilizada por Baudelaire quando assiste a transformação de Paris pelo urbanismo de Haussmann. O paraíso artificial suplanta, na nostalgia, os paraísos ditos naturais, “se a natureza fornece alguns elementos desses paraísos, vinhos e drogas, tecidos e metais, desejo carnal e violência, sua retomada muda o seu sentido” (LEFEBVRE, 1999a, p. 103). “A cidade destronou a natureza” (LEFEBVRE, 1999a, p.102).

USOS E CONSUMOS DOS ESPAÇOS TURÍSTICOS

O homem em sua história sempre esteve ligado ao descobrimento de lugares, estes muitas vezes totalmente desconhecidos de sua origem. Seguindo este raciocínio, voltados aos tempos remotos das civilizações, os deslocamentos sempre fizeram parte do cotidiano, pois a necessidade de explorar novas terras era eminente ao desenvolvimento das mesmas. Geizer (1996) destaca o histórico sobre as Grandes Viagens, motivadas principalmente pelo descobrimento. Estas conquistas

marítimas proveram um marco na interação dos povos, bem como conquista de territórios antes não explorados. Isto, sem dúvida, desencadeou o que o autor coloca como o “encolhimento do globo”.

Assim, a aliança da ciência e da tecnologia em prol dos objetivos de conquista promoveu a otimização dos transportes, que já estavam evoluindo de forma lenta com a invenção revolucionária da roda. O ponto culminante desta evolução chega com a Revolução Industrial, trazendo consigo uma tecnologia revolucionária na época, que não parou mais de se desenvolver. A instituição do tempo livre proporcionada pelas leis do trabalho, atingia ainda uma pequena parcela da população (GEIZER, 1996).

A Segunda Guerra Mundial vem a popularizar a tecnologia, desencadeando as facilidades do deslocamento, vencendo as barreiras geográficas e permitindo que o turismo alcançasse as massas. A estruturação da atividade de forma organizada e planejada permite o real desenvolvimento do fenômeno turístico. Segundo Blasco (1996), a partir da década de 1950, com o fortalecimento do turismo de massa, as áreas naturais passam a sofrer uma pressão, conseqüentemente gerando inúmeras problemáticas até a década de 1970, período em que se discute esta relação como conflitiva.

O turismo, surge então, como atividade de relevante importância no desenvolvimento econômico de países do dito “Terceiro Mundo”. Não era cogitado o fator de impacto negativo no ambiente onde ocorre o turismo e os recursos naturais eram considerados ilimitados. Este contexto influenciou países subdesenvolvidos a estimularem este mercado sem estudos adequados de sua viabilidade, e neste sentido, o turista incorporou a ideia de consumir os recursos naturais sem a consciência de que a utilização dos mesmos é limitada (ARRONI *apud* DIAS, 2003, p.13).

Na década seguinte, esta relação vivencial entre ser humano e meio ambiente é defendida por alguns autores como benéfica, possibilitando a conservação das áreas naturais e promovendo a integração do turismo com o meio ambiente.

Dentro de uma concepção organizada, o turismo é encarado como um mercado de consumo dos homens, não levando mais em consideração só os fatores econômicos, políticos e exploratórios como na época dos grandes descobrimentos e dos antigos deslocamentos, mas sim a motivação de quem o consome. Sendo assim, estas motivações se multiplicam em vários segmentos específicos que se transformam em nichos de mercado.

Nessa linha, Geizer (1996) coloca a postura com que o turista adota ao estar em outros espaços, que já não é a mesma que outrora. Ele aponta que ele busca sua própria identificação por onde passa, ocorrendo uma “desenraização” momentânea. Cada um vive o lugar que visita de forma muito subjetiva, acarretando posturas e comportamentos diferenciados. Neste sentido, o autor cita o monge Hugo de St. Victor (séc. XIII) que destaca “o homem que acha o lugar onde mora doce é ainda um tenro inocente, aquele para o qual, cada solo é como se fosse o seu nativo, já é um forte, mas o perfeito é para quem todo o mundo é uma terra estrangeira”.

O turismo movimenta milhares de pessoas pelo mundo, motivadas pelo prazer de viajar, conhecer novos lugares, e, portanto, este fenômeno vem sendo reivindicado como uma necessidade primária dos cidadãos, reflexos de uma sociedade capitalista. Entre os diversos segmentos que movimentam a economia, destaca-se o turismo que pode ser definido como “[...] a arte e a atividade de atrair e transportar visitantes alojá-los e cortesmente satisfazer suas necessidades e desejos” (MCINTOSH *apud* BENI, 2001, p.34). Ainda, este fenômeno, tem como produção do espaço, expressado através das relações sociais e materialização do espaço.

O espaço turístico, segundo Boullón (2002), é consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos unidos aos empreendimentos e a infraestrutura turística. Para Rodrigues (2001) o turismo é complexo e na definição de seu espaço devem ser observadas, principalmente, as áreas de dispersão (emissoras), áreas de deslocamento e áreas de atração (receptoras), pois são nelas que se manifesta materialmente o espaço turístico. Rodrigues embasa-se em Milton Santos para definir o espaço turístico com base no estudo do espaço geográfico. Assim, os elementos que compõem o espaço são: os homens, as firmas, as instituições, o meio ecológico e as infraestruturas. Vale ressaltar, que estes se relacionam e se confundem, sendo importante estudá-los em um sentido de totalidade, e que, no turismo, cada um desses elementos possui suas características. Para enfoque de análise, este espaço turístico pode ser dividido em natural e urbano.

Cada vez mais, as regiões metropolitanas se organizam para receber os moradores de seus centros em suas áreas rurais, a proximidade caracteriza esta demanda em potencial e permite que haja uma condição de desenvolvimento de produtos turísticos que atendam as expectativas deste indivíduo da sociedade urbana que se distanciou do contato com a natureza. Este contato deve ser realizado com parcimônia, pois, restam poucos espaços ainda com as características originais e que causam um poder de atração nos ditos turistas.

Devido às crises ambientais e à escassez dos recursos naturais, deve acontecer a mudança desta visão de turismo como consumo do meio ambiente, e na demanda turística crescente por integração respeitosa com a natureza. Em tempo, este “consumo turístico” pode (ou deveria?) representar uma relação positiva entre o desenvolvimento econômico e o ambiente, mesmo associado aos efeitos negativos decorrentes da atividade, este fenômeno deve trazer consigo uma contribuição para a comunidade.

Knafou (1999) observa três fontes de turistificação dos lugares e dos espaços: uma se caracteriza pela origem do processo de desenvolvimento da atividade turística, pois as práticas acabam por anteceder os produtos em si; a segunda se relaciona ao mercado que é a fonte de criação de lugares turísticos e que se utiliza das questões do modismo, da competição, do avanço da tecnologia e da modernidade aumentando as possibilidades de segmentação atraindo, assim, ainda mais os turistas; a terceira fonte embasa-se nos planejadores e promotores territoriais, que podem por diversas vezes ignorar o mercado e as práticas dos turistas ou fazer se apropriar de representações errôneas.

Considerando a questão do planejamento do turismo, é inegável a dicotomia conservação ou destruição quando se discute a relação comunidade e meio. O desafio desta relação, entre meio ambiente e comunidade, é sem dúvida alguma, o de atingir níveis de sustentabilidade aceitáveis para que as futuras gerações não se sintam prejudicadas por ações impensadas do homem que, por não serem planejadas, podem causar danos ao meio natural.

Segundo Ruschmann (2001, p. 27) “O turismo nos espaços naturais não é apenas modismo de uma época e a opinião pública tem se conscientizado, cada vez mais, da necessidade de proteger o meio ambiente”. Com a crescente demanda pelo ecoturismo e por outras formas de lazer em contato com a natureza, cresce a responsabilidade social das empresas turísticas de desenvolverem projetos que minimizem os impactos no meio ambiente. Muito se tem discutido sobre o consumo de espaços naturais e os impactos deste consumo ao meio ambiente, este fato, procura ressaltar a necessidade de uma relação mais harmoniosa entre o ser humano e o meio natural.

Por outro lado, no que tange ao consumo dos espaços urbanos, Castrogiovanni (2001) destaca que a cidade é uma construção física e imaginária que emerge de uma arte processual que se desenvolve no decorrer histórico com base nas suas funções econômicas, políticas, culturais entre outros que imprimem marcas no espaço urbano. Corroborando com Santos (1985) quando destaca

que o espaço é o somatório de sobreposições de processos. Isso denota também que o consumo dos espaços turísticos urbanos é interessante aos turistas, a procura por outros modos de viver em centros urbanos é sedutora às características do homem capitalista. Os espaços urbanos mais procurados acabam por ter preocupação com sua paisagem, estando, muitas vezes, cercado de belezas naturais.

Rodrigues (2001) destaca que nos espaços do turismo, existe uma superposição de dois consumos, por exemplo, nos ambientes naturais consome-se destruindo e produzindo, transformando objetos sociais para valorizar o espaço. Por mais que exista uma distinção entre urbano e rural, o comportamento dos indivíduos está pautado nas suas perspectivas de consumo marcadas pelos padrões das áreas essencialmente urbanas.

A relação paradoxal – interesse em consumo turístico *versus* degradação do ambiente – coloca em cheque o uso turístico dos espaços, pois se o mundo natural é o elemento que gera a atração (com captação de recursos financeiros e consequente melhora da qualidade de vida da população local) do turismo, evidencia-se que, para que esta atividade primordialmente mercantil perdure, é necessária uma atenção especial na conservação ambiental (LUCHIARI, 1999).

Por fim, destaca-se que as discussões sobre “sustentabilidade” tornam-se pertinentes, e fator *sine qua non*, pois as práticas reais, somadas a busca constante de uma possível alternativa referente às relações destrutivas estabelecidas entre ser humano e o consumo “brando” dos espaços turísticos pode representar uma alternativa mais saudável a perpetuação da referida localidade.

HENRI LEFEBVRE, ANA FANI CARLOS E O TURISMO

Para relacionar a ótica de Lefebvre com a atividade turística, cabe-se utilizar das discussões da geógrafa brasileira Ana Fani Carlos. A pesquisadora é uma das referências no estudo das obras de Lefebvre, sendo também, uma das poucas que utiliza e publica ensaios com as contribuições deste autor para discutir o consumo dos espaços turísticos.

Carlos (1999, p.174) destaca as transformações das relações espaço-temporais na atualidade destacando o papel do turismo como uma extensão das atividades produtivas, como uma nova forma de consumir o espaço. Reforça que o indivíduo da sociedade urbana que Lefebvre observou em momentos de início da industrialização, hoje compra e vende pedaços do espaço para a reprodução da vida com mais frequência.

O turismo possui esta característica de compra de espaços pelos turistas por um determinado tempo e esta realidade transforma uma considerável parcela do espaço (natural ou urbano) em mercadoria, submetendo-o ao circuito da troca e estabelecendo uma dominação, produzindo, reproduzindo, ordenando e direcionando como os espaços devem ser apropriados para a atividade turística.

Considerando o espaço-produção, cada vez mais se atribui “valor de uso a novos lugares, à medida que a extensão do capitalismo suscita novas contradições do espaço a partir do processo de reprodução da própria sociedade” (CARLOS, 1999, p.178), e esta relação é evidente no turismo.

Lefebvre não tinha a intenção de discutir o futuro das “cidades” em seus ensaios, mas de certa forma, conseguiu visualizar na sociedade do século XX os fenômenos que seriam cada vez mais presentes na vida desta que se enraizou nos espaços urbanos.

Tratando a questão do lazer e do turismo em 1972, o autor nomeia o espaço apropriado por estas temáticas de espaços de recuperação, e ressalta que estes não estão dissociados do trabalho produtivo. “Tais lugares, aos quais se procura dar um ar de liberdade e de festa, que se povoa de signos que não têm a produção e o trabalho por significados, estão estreitamente ligados ao trabalho produtivo” (LEFEBVRE, 1972, p.22).

Carlos (1999, p. 176) sublinha que “o espaço do turismo e do lazer são espaços visuais, presos ao mundo das imagens que impõem a redução e o simulacro”. Carlos (2001, 28) considera que o espaço turístico torna-se “produzido pela indústria do turismo”, perdendo seu sentido histórico. Esse fenômeno de multiplicação do não-lugar é percebido em diversas regiões do mundo. Assim, tem-se atrelados aos espaços naturais e urbanos, elementos artificializados, certas vezes com forte aculturação (Carlos chama de canibalismo ideológico), que produzem espaços espetáculo e que podem constituir o chamado espaço turístico. A sociedade urbana vê mais possibilidades de utilizar seu poder de compra e de consumo nos ambientes criados para recebê-la.

Lefebvre focou suas análises na Europa, principalmente na Inglaterra e na França, Carlos, foca suas discussões no Brasil, especificamente na cidade de São Paulo dentro do contexto das capitais da América Latina.

O fenômeno turístico ligado a realidade dos indivíduos do espaço urbano conforma o que Carlos (2006) identifica como “nova economia”, contemplando o setor do turismo e lazer bem como a redefinição de outros setores, como é o caso do comércio e serviços para atender ao

crescimento destas atividades. E no caso de São Paulo, por exemplo, ela pontua que “as transformações na economia –visando à reprodução continuada – se realizam reproduzindo o espaço urbano paulistano com consequências significativas para a prática socioespacial impostas pelo processo de valorização/desvalorização dos lugares”. A autora se espanta com as lógicas da miséria e das desigualdades envolvidas com a lógica da cidade globalizada que acaba por alimentá-las.

Carlos (2006) elege a produção dos espaços de lazer e turismo como tema emergente na discussão do urbano ressaltando-os como foco da economia da cidade (junto ao setor imobiliário e ao narcotráfico), e aponta que a passagem da produção ao consumo do espaço na medida em que o próprio espaço entra no circuito comercial, como uma mercadoria a ser vendida a partir de seus tributos particulares causa expressiva segregação.

Para o desenvolvimento do turismo a cidade se organiza, muitas vezes mascara seus problemas sociais, e assim, repete-se uma das máximas de Lefebvre, que o planejamento existe para tornar as pessoas felizes, mas sempre, uma parcela apenas, não conseguindo ser totalitário.

A busca por momentos diferenciados do cotidiano dos centros urbanos, faz com que parte desta sociedade, visualize no turismo uma oportunidade de se distanciar, mesmo que por pouco tempo, dos seus espaços urbanos, direcionando-se para as áreas rurais em busca de contato com o meio natural e com grupos sociais que ainda vivem nestas áreas, ou para espaços artificiais diferenciados, se não completamente, um tanto deslocados do modo de vida conhecido nas suas cidades. A postura passiva deste usuário do espaço urbano, na visão de Lefebvre, não permite que ele aja para causar mudanças estruturais, mas, de certa forma, não inibe que ele tente escapar das pressões causadas pelo cotidiano. Cabe considerar que não só com sentido de escapismo o ser humano busca fazer turismo, mas este tema é de grande relevância na discussão das bases epistemológicas desta área de estudo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises de Lefebvre levam a considerar que o espaço urbano com seus contrastes, suas liberdades e suas fatalidades é repressivo, e tem propiciado o escapismo do urbano e consequentemente o uso e o consumo dos espaços turísticos.

No entanto, pôde-se identificar que desde a Antiguidade a dinâmica destes espaços sempre permearam as mais diversas relações do capital. Das feiras às indústrias, ambas os espaços rodeados

de relações sociais, possibilitaram inúmeros conflitos. Com o desenvolvimento das cidades e a divisão do trabalho industrial e comercial e com o trabalho agrícola, houve a separação e oposição dos interesses entre a cidade e o campo. E novas formas de consumo advindas das práticas capitalistas se estabeleceram, como o turismo.

Contudo, diante o processo de urbanização das cidades, o qual a cidade concentra não só a população, mas os instrumentos de produção, o capital, as necessidades, os prazeres, surgem como consequência ao ser humano contemporâneo um modo de vida estressante e doentio. Buscando então como alternativa o retorno a vivências lúdicas, ou então naturais, para fins do escapismo do espaço urbano.

O turismo entendido não somente em uma ótica capitalista, mas principalmente como um fenômeno social, introduz no espaço objetos definidos com a possibilidade de permitir o desenvolvimento de uma atividade. Estes objetos podem ser absorvidos pelo e para o turismo, alterando muitas vezes seu significado para atender uma nova demanda de uso turístico.

Esta dinâmica de produção do espaço turístico, promove a valorização deste, com a incorporação de novos espaços e o abandono de outros, tem incorporado paralelamente um modismo de consumo. Assim, os espaços passam então a ter uma importância significativa no âmbito do turismo, fortalecendo principalmente segmentos do turismo direcionados a atividades nos mesmos. Criam-se também outros espaços turísticos, que podem estar localizados tanto em áreas urbanas como em áreas naturais que venham atender expectativas de um cidadão dotado de um modo de produção, fruto de uma sociedade capitalista.

Sendo assim, o uso dos espaços turísticos pode ter tanto a função de valorização cultural dotado pelas práticas sociais do turismo quanto por uma divisão social e territorial do trabalho, porém o que ainda prevalece e determina o consumo destes espaços é a preferência dos fluxos turísticos dominantes, caracterizados por diferentes tipos de capitais, informações e pessoas.

Espera-se que esta abordagem possa ter ampliado e refinado as discussões que envolvem o turismo e a geografia em suas bases epistemológicas.

REFERÊNCIAS

ALFREDO, A. *O mundo moderno e o espaço: apreciações sobre a contribuição de Henri Lefebvre*. In: GEOUSP - Espaço e Tempo, São Paulo, Nº 19, pp. 53 - 79, 2006.

BENI, M. C. *Análise estrutural do turismo*. 7 ed. São Paulo: SENAC, 2001.

BLASCO, E. F. *Economia, turismo y medio ambiente*. Valencia: Tirant lo Blanch y Universitat de Valencia, 1996.

BOULLÓN, R. C. *Planejamento do Espaço Turístico*. Tradução Joseli Baptista. EDUCS, 2002.

CASTROGIOVANNI, A. C. Turismo e ordenação do espaço urbano. In: CASTROGIOVANNI, A. C. (org). *Turismo Urbano*. São Paulo: Contexto, 2001.

CARLOS, A. F. A. O consumo do espaço. In: CARLOS, A. F. (org.) *Novos caminhos da geografia*. São Paulo: Contexto, 1999.

_____. Dinâmicas urbanas na metrópole de São Paulo. In: América Latina: cidade, campo e turismo. LEMOS, A. I. G.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. CLACSO, *Consejo Latino Americano de Ciências Sociales*, San Pablo, Dez 2006. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/04alessand.pdf>> Acesso em 26 mar 2008.

_____. São Paulo: do capital industrial ao capital financeiro. In: CARLOS, A. F.; OLIVEIRA, A. U. (org.) *Geografias de São Paulo: a metrópole do século XXI*. São Paulo: Contexto, 2004.

DIAS, R. *Turismo Sustentável e Meio Ambiente*. São Paulo: Ed Atlas, 2003.

GEIZER, P. “Turismo e Espacialidade”. In: RODRIGUES, A.: *Turismo e Geografia – reflexões teóricas e enfoques regionais*. Hucitec. São Paulo, 1996

KNAFOU, R. *Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo*. In: RODRIGUES, A. B. (org.). *Turismo e geografia*. São Paulo, Hucitec, 1999, p. 62 - 74.

LEFEBVRE, H. *A cidade do capital*. Tradução Maria Helena Rauta Ramos e Marilene Jamur. Rio de Janeiro: DP&A, 1999a.

_____.: *Espace et Politique*. Paris: Éditions Anthropos, 1972.

_____.: *A Revolução Urbana*. Tradução de Sergio Martins. Belo Horizonte. Ed. UFMG. 1999b.

_____.: *O direito à cidade*; tradução Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro, 2000.

LUCHIARI, M. T. D. P. *O lugar no mundo contemporâneo: turismo e urbanização em Ubatuba – SP*. Campinas. Tese de Doutorado, IFCH – Unicamp, 1999.

MONTE-MÓR, R. L. de M. *O que é o urbano, no mundo contemporâneo* (Texto para discussão). Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2006.

RODRIGUES, A. B. *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: Hucitec, 2001.

RUSCHMANN, D. V. M. *Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente*. 9. ed. São Paulo: Papyrus, 2001.

SANTOS, M. *Espaço e método*. São Paulo: Nobel, 1985.