



Autor: André Augusto Rodrigues Salgado - local: Milho Verde/MG)

Artigos científicos



Turismo, espaço e tempo social: concepções teóricas da modernidade em movimento

Resumo

Este artigo propõe a concepção do turismo enquanto fenômeno socioespacial nascido das contradições da maquinaria produtiva da modernidade – incorporando inúmeras interfaces capitalistas e seus respectivos mecanismos de expansão ao transformar o próprio espaço (destino turístico) em mercadoria, “fetichizando” lugares e despertando no imaginário do homem moderno o desejo de viajar e consumir paisagens e culturas, movimentar-se pelo mundo e realizar compras por toda parte, fotografar lugares remotos do globo terrestre e para lá ampliar as estruturas de acumulação e reprodução do capital. Dialeticamente, têm-se a massificação dos espaços turísticos e a sua incorporação às esferas produtivas globais sob os respectivos domínios da indústria cultural, processo que se atrela à alienação do uso do tempo de não-trabalho.

Palavras-chave turismo; tempo; espaço-mercadoria; capitalismo; modernidade.

Abstract

This article considers the conception of the tourism as a socio-spatial phenomenon originated from the contradictions of the productive machinery of modernity – incorporating innumerable capitalist interfaces and their respective mechanisms of expansion by transforming the space itself (tourist destination) into merchandise, “fetichizing” places and awaking in modern man’s imaginary the desire to travel and to consume landscapes and cultures, to move himself across the world and to go shopping everywhere, to photograph remote places of the globe and to extend there the structures of accumulation and reproduction of the capital. Dialectically, there are massification of the tourist spaces and their incorporation to the global productive spheres under the cultural industry respective contexts, a process which ties itself in with the alienation of the use of non-work time.

Key words *tourism; time; space-merchandise; capitalism; modernity.*

Bruno Pereira Bedim
(Doutorando em Geografia – IGC/UFMG; Professor do
Departamento de Turismo – UFOP; Pesquisador do Núcleo de
Estudos Terra & Sociedade – IGC/UFMG)

brunobedim@yahoo.com.br

Introdução

A partir do século XIX, o desenvolvimento do capitalismo industrial implicou num disciplinamento do ritmo de trabalho do homem, por meio do “compasso” da máquina e das diferentes formas de tempo às quais o trabalhador urbano foi submetido. Tendo em vista o esforço empreendido pelos capitalistas para acelerar o ritmo de circulação do seu capital, Harvey (2005) observa que a transformação da experiência do espaço e do lugar se atrela às revoluções na dimensão do tempo. O “valor em movimento”, assim, não apenas traduz a mobilidade geográfica do capital e do trabalho mas subentende ainda o uso do tempo e da intensidade do trabalho humano – relação essa que permeia o “endemismo” das lutas de classe entre os proprietários do capital e os que vendem os seus braços ao sistema produtivo. Como contraponto à temporalidade dominante até então, têm-se a produção ritmada do tempo na era industrial, o desenvolvimento dos meios de controle da força de trabalho e a subsequente extração da mais-valia a partir do tempo de trabalho excedente do trabalhador, ou seja, o domínio do tempo de trabalho dos outros que permite aos capitalistas a condição de se apropriar dos lucros¹.

N’O *capital*, Marx (1980) anuncia o poder da máquina em nivelar o homem às ferramentas, constituindo um novo processo de trabalho e de vida. Por conseguinte, o tempo, que antes era ditado pelos fenômenos cíclicos, passa então a ser regido pelo ritmo dos motores; a marcação do tempo trabalhado, que até então se baseava na periodização dos elementos naturais, gradualmente perde o sentido à medida que as máquinas assumem o compasso do tempo de trabalho. Subordinada ao tempo de produção, a temporalidade do homem moderno encontra-se assim subvertida à hipertrofia da esfera econômica: tem-se, pois, um tempo produtivo e útil.

Como conseqüência do processo de exploração do trabalhador moderno, têm-se o surgimento das férias, a regulamentação do tempo de não-trabalho e, por conseguinte, as condições favoráveis à emergência do turismo como fenômeno social a insurgir dos porões da maquinaria produtiva da modernidade². Diante disso, engendram-se processos aparentemente irreversíveis que se transpõem em ciclos econômicos viciosos, reforçando a importância da relação produção-trabalho como forma de alimentar incessantemente o sistema, chegando-se ao ponto crítico em que, nas palavras de Krippendorf (2003, p. 30), “não é mais o trabalhador que cria os produtos, mas a produção que cria o trabalho. Não se trabalha mais para produzir. Produz-se para trabalhar”.

Da relação dialética entre tempo e produtividade, ao invés de simplesmente “passar o tempo” disponível, o trabalhador vê-se induzido a consumi-lo. É esse o momento histórico que anuncia, sob os cordéis do capitalismo, a metamorfose do tempo de não-trabalho em dinheiro. Desse período, um momento marcante foi o movimento trabalhista que emergiu entre o final do século XIX e o início do século XX, cuja sustentação orbitava a redução da jornada de trabalho, entre outras reivindicações. Foram essas as bases que resultaram no surgimento das leis trabalhistas – justificativa social que permitiu aos trabalhadores desfrutarem de férias remuneradas. Depois do “direito às férias”, o gozo do tempo de não-trabalho sob a forma de viagem apresentou-se gradativamente como complemento ao processo produtivo. Tais marcos históricos, *mutatis mutandis*, produziram as condições históricas que alicerçaram a face moderna do turismo e do lazer nas diferentes sociedades.

Nesse contexto, o fenômeno turístico afirma-se, *a priori*, como ícone de um mundo envolto pelos mecanismos produtivos do capitalismo industrial e da compressão tempo-espaço. Diante de tal conjuntura histórica, em que os detentores de capital criam um mundo à sua imagem e semelhança,

¹ Nesse sentido, ver Marx (1980) e Harvey (2005).

² Cf. Bedim, 2008.

até mesmo “o prazer, o lazer, a sedução e a vida erótica são trazidos para o âmbito do poder do dinheiro e da produção de mercadorias” (HARVEY, 2005, p. 99).

Uma vez produto do processo histórico moderno, o turismo insere-se entre os inúmeros fenômenos sociais engendrados pela modernidade e por suas tendências econômicas, políticas e culturais a transformar o mundo. Trazendo consigo a importância da viagem na experiência ocidental; a projeção e a contestação, no âmbito acadêmico, do indivíduo em movimento, “espírito sem lar”, sem um lugar fixo, sem uma identidade aprisionada no tempo – o turismo como signo de um mundo sem fronteiras, porém delimitado em si, sem distâncias aparentes entre etnias e lugares, mas cuja proximidade não necessariamente significa o entendimento entre os povos –; e a compressão tempo-espço a produzir contradições³, o turismo torna-se preocupação teórica e empírica entre as ciências humanas. Do ponto de vista materialista, podemos dizer que o turismo se apresenta como uma nova forma de o homem se deslocar sobre a Terra enquanto espécie animal – “manadas humanas” que se espalham pelo globo terrestre a partir de necessidades imbuídas pelos mecanismos de reprodução ampliada do capital e de suas respectivas interfaces com a vida moderna. Vale sublinhar, aqui, não apenas a capacidade mimética inerente às sociedades capitalistas mas, sobretudo, o poder de a indústria cultural manipular desejos e vontades – inculcando no homem moderno o desejo de viajar como algo que deva ser por ele consumido.

O turismo e o lazer, conseqüentemente, são produtos da maquinaria produtiva da modernidade, do sistema capitalista de produção e dos seus mecanismos de expansão; fenômenos socioespaciais que se traduzem em estratégias de acumulação ao transformar o próprio espaço (destino turístico) em mercadoria, “fetichizando” lugares e despertando no imaginário do homem moderno o desejo de viajar e assim consumir paisagens e culturas, movimentar-se pelo mundo e ter ao seu alcance a possibilidade de realizar compras por toda parte, fotografar os lugares mais remotos do globo terrestre e para lá ampliar as estruturas de acumulação e reprodução do capital.

Metamorfoses no tempo: a humana natureza da matéria em movimento

Para analisar os fenômenos que envolvem a vida humana, precisamos antes saber como as sociedades produzem a sua cultura material e imaterial, sua vida propriamente dita. O espaço socialmente produzido, o turismo e os usos sociais do tempo não preexistem à ação do homem. Eles são transformados *a posteriori*, num processo complexo de produção da vida humana que tem no trabalho o motor da história: através dele os homens transformam a natureza e a si próprios para construir seus meios de sobrevivência. Trata-se, pois, de uma análise vitalista focada na trajetória do homem enquanto bicho no mundo. Esse é o pressuposto filosófico-metodológico no qual Marx e Engels (1984) se basearam para elaborar a concepção materialista da história.

O materialismo histórico, em última instância, é uma forma de compreensão da sociedade e do próprio espaço geográfico; uma “autópsia” da história e dos processos socioespaciais⁴ a ela subjacentes; uma análise da nossa viagem enquanto espécie biológica no mundo; um método que nos permite interpretar o processo de construção da história pelos homens na sua relação com outros homens e com os recursos materiais de que dispõem. A concepção materialista da história, por sua vez, é uma lógica não-abstrata, assentada na observação do “real”; em outras palavras, não é uma “regra” que conduz a sociedade em termos ideais mas uma constatação do movimento dialético observado por Marx e Engels (1984) no esforço de construir uma ciência da história da sociedade. Não se

³ Para Marx, o capitalismo é um sistema contraditório de produção social da vida privada. Um sistema que emprega toda a força da ciência e da tecnologia para pôr os recantos mais extremos do mundo em contato uns com os outros, mas apenas para fins de lucro e não em nome da humanidade. Portanto, esse sistema não pode revelar abertamente as fontes sociais de sua força, pois isso equivaleria a subverter sua estrutura institucional privada. Os homens não dominam o processo produtivo que eles próprios criaram, não lhe impõem as suas prioridades. Antes, submetem-se às leis de um mercado supostamente impessoal, e o trabalho de suas mãos lhes explode periodicamente junto aos ouvidos” (HARRINGTON, 1977, p. 81).

⁴ Os processos socioespaciais, segundo Costa (2005, p. 29), “cobrem um amplo espectro que tem início com a produção social do espaço no capitalismo, passando pelas formas de sua estruturação funcional e territorial (social) e chegando às formas de intervenção sobre esta estruturação”. A categoria processo, para Corrêa (1986), implica tempo e mudança – na dinâmica contínua dos movimentos de transformação e das suas contradições internas, resultantes, pois, da estrutura socioeconômica capitalista e das suas estratégias de acumulação ao longo dos períodos históricos.

⁵ Ao discorrer sobre o materialismo dialético, Marx (1984) não busca leis naturais e invariáveis, pois, segundo ele, todos os fenômenos sociais, todas as chamadas leis da sociedade são produtos da ação humana e, portanto, podem ser transformados por essa ação. Não são leis eternas, absolutas ou naturais, são leis que resultam da ação e da interação, da (re)produção da sociedade pelos indivíduos e, portanto, podem ser transformadas pelos próprios indivíduos. Conhecidas essas leis históricas, é possível examinar detalhadamente as conseqüências por meio das quais elas se manifestam em determinado período histórico da vida social, produzindo e sendo produzidas no e pelo espaço geográfico.

⁶ A noção de complexidade ora exposta refere-se ao fato de que o homem primitivo detinha muito mais controle sobre o seu próprio destino do que o homem moderno.

⁷ As formas de pensamento, por sua vez, são decorrentes da produção da vida material. Nesse processo, o conceito de práxis pressupõe a capacidade do homem de produzir consciência. Tal complexidade aplica-se apenas a partir da ação do próprio homem, decorrendo, pois, de uma capacidade neural, teleológica (MARX; ENGELS, 1984).

⁸ A expressão “o homem enquanto bicho no mundo” tem sido, desde sua primeira publicação (BEDIM, 2007a, p.77), alvo de críticas por parte de teóricos que, sem até o momento apresentar nenhuma contra-argumentação fundamentada, se dizem “incomodados” com a “apropriação poética” que tenho feito dos textos marxianos clássicos a partir de seu viés naturalista. Ora, pois, negar nossa condição animal não seria um antropocentrismo descabido? Somos primatas pensantes sim; e daí? Criamos inclusive figuras de linguagem como contraponto ao “academês sisudo”. Ainda bem que tais “críticos” não foram contemporâneos de Marx! E viva a metáfora! – desde que objetiva em seu sentido abstrato.

⁹ Já o entendimento da dialética e da transformação da sociedade

trata, pois, de leis imutáveis mas de leis⁵ que os próprios homens constroem na tentativa de suprir as necessidades primeiras, gerando, por conseguinte, novas necessidades. Ocorre que a complexidade⁶ alcançada pela sociedade capitalista contemporânea sobrepôs às necessidades elementares outras variadas necessidades secundárias, “fictícias”. Tal contexto pode ser reiterado pela constatação de que as sociedades pós-industriais possuem a capacidade de produzir necessidades cada vez mais sofisticadas, bens materiais e imateriais a partir da “cultura de mercado” que elas próprias constroem. Além das necessidades básicas de subsistência, produzem-se também necessidades de ordem cultural, como o desejo de viajar, a indústria da moda, o telefone celular etc. Como decorrência de tais fatores, o processo de realização de uma necessidade sofisticará cada vez mais a relação homem/homem e homem/natureza externa⁷. A partir de tais pressupostos, torna-se possível analisar a capacidade de a espécie humana se (re)produzir e deslocar-se globalmente.

Por sua vez, a perspectiva de compreensão da realidade exposta por Marx e Engels (1984, 1987) foca-se num viés antropológico, como decorrência da nossa condição de espécie natural: o homem enquanto “bicho no mundo”, a trajetória do ser humano enquanto espécie animal sobre a Terra⁸. Do ponto de vista científico, tal concepção apresenta-se altamente saudável.

Marx e Engels (1984, 1987) entendem o mundo a partir de uma concepção **naturalista, vitalista, e não de uma metafísica**: para se manter vivos, os homens têm de se alimentar, construir moradias, usar vestimentas, sem o que não poderiam existir; para tanto, eles se associam a outros seres humanos – daí o motivo pelo qual Marx (1980) não separa o indivíduo da sociedade. Por conseguinte, a relação entre a sociedade e os recursos naturais é um **intercâmbio** que se desenvolve historicamente por meio do trabalho do homem e que, ao mesmo tempo, cria e transforma as relações entre os seres humanos. A (re)produção da vida material, por sua vez, dá-se pelos *processos de trabalho*.

A concepção teórica do desenvolvimento do capitalismo configura-se pela lógica contraditória de desenvolvimento das forças produtivas, por seu tempo histórico e seu ritmo na história.⁹ O ser social humano, por sua vez, determina a sua consciência. A explicação dessa consciência dá-se a partir das contradições da vida material, dos conflitos que envolvem as forças produtivas e as relações sociais de produção. Ao desenvolver as forças produtivas, o movimento da história acentua as contradições internas da sociedade atual,¹⁰ à medida que cria homens empiricamente universais que se impõem sobre os indivíduos correspondentes em um plano local. O capitalismo, assim, produz uma sociedade desigual, baseada na exploração do trabalho. Por conseguinte¹¹ **o conceito de forças produtivas proposto por Marx (1974) abrange a força de trabalho e os meios de produção, o que inclui o próprio espaço geográfico**. O desenvolvimento das forças produtivas, nesse sentido, tem relação direta com os fenômenos histórico-geográficos¹² do desenvolvimento econômico, científico, tecnológico etc.

No curso do tempo, o espaço socialmente produzido é resultado do trabalho humano a transformar a natureza e a si próprio, numa contínua interação que pressupõe diversificadas formas de apropriação dos recursos naturais pelo homem no fluxo do devir, imprimindo-lhes formas e conteúdos úteis à sua reprodução social.¹³ **Marx (1980) não separa o homem da natureza**. Nessa perspectiva, o ser humano antropomorfa a sua natureza externa (ambiente envolvente) e, por conseguinte, transforma a sua própria “natureza interna”. A relação entre *homem* e sua *natureza externa* dá-se a partir de *processos de trabalho*, cujo viés teleológico confere aos recursos ambientais disponíveis a condição de objeto e meio de trabalho e, ainda, de extensão antrópica. Nessa acepção do homem enquanto

natureza consciente de si, **o natural é culturalmente produzido e o cultural é naturalmente recriado – a natureza do homem e o homem da natureza.**

Como visto, as condições materiais determinam as demais relações sociais, e, para viver, os homens têm de, a princípio, transformar os recursos naturais de que dispõem. No contexto que envolve a produção do espaço pelo turismo, tal composição pode ser exposta a partir do entendimento de que o turismo representa um acréscimo de novas formas de racionalidade ao processo produtivo – a inauguração de modalidades de intercâmbio material entre homem e recursos ambientais. Nesse sentido, a **dimensão estética da paisagem surge como força produtiva**, já que a *atratividade* das formas naturais e culturais se apresenta como fator histórico-geográfico de desenvolvimento econômico e social (BEDIM, 2008).

O turismo, enquanto forma moderna de intercâmbio material entre o homem e a sua natureza externa, se comparado à agricultura, por exemplo, altera substancialmente tal interação ao inserir *mudanças qualitativas ao nível das relações de trabalho*, tendo em vista que a natureza preservada se configura como um importante atrativo turístico. Diante disso, tem-se uma nova forma de incorporação do trabalho humano ao espaço.

Não obstante, cada sociedade é também uma formação econômico-social, um conjunto histórico a constituir uma *totalidade*, sendo que cada fragmento da realidade e cada momento da história conformam também uma unidade, um conjunto, um *todo* que deve ser estudado levando-se em conta a sua inserção num desenvolvimento total, ou seja, nos processos mais amplos que o envolvem (MARX, 1974). Tais pressupostos carregam em si uma aplicabilidade empírico-metodológica essencial à concepção do turismo como fenômeno capitalista imerso em processos modernos mais amplos, constituindo-os e sendo constituído por eles.

Uma concepção fundamental aos pressupostos do materialismo histórico é a noção de formação econômico-social, a qual é anunciada por Marx (1980) já no prefácio d'*O capital* – e, ainda, posteriormente, problematizada por Lenin¹⁴ – no intuito de verificar regularidades e leis que permeiam os fenômenos sociais e as sociedades que os produzem, apontando, pois, para a complexidade inerente à relação entre *forças produtivas e relações sociais de produção*. Por conseguinte, os processos de acumulação e reprodução do capital no espaço e no tempo engendram a *lei do desenvolvimento desigual*, segundo a qual as relações sociais de produção, as forças produtivas e as superestruturas possuem diferenciados ritmos de transformação na história (MARX, 1980). Nessa perspectiva, a desigualdade do desenvolvimento é funcional à reprodução do capitalismo, uma vez que resguarda espaços para onde o capital futuramente terá condições de se expandir e valorizar-se. O desenvolvimento, assim, é *desigual e combinado*, não apenas porque não se dá pelo princípio da igualdade, mas sobretudo porque não contradiz a lógica de reprodução do capital.¹⁵

As forças produtivas que envolvem o turismo não apenas intervêm nos modos de organização socioespacial como também os recriam. O turismo, enquanto esfera produtiva diferenciada, suscita a coexistência, a (des)integração ou a superposição de distintas formas de relações de produção, engendrando e acentuando desigualdades a partir dos diferenciados ritmos de desenvolvimento. À articulação produtiva que define a prestação de serviços direta ou indiretamente ligados ao turismo agregam-se processos sociais, costumes, espaços, indivíduos e grupos humanos – os quais possuem ritmos diferenciados de transformação na história, assim como a formação econômico-social que os envolve.

capitalista demanda a compreensão da história e do processo de acumulação e reprodução do capital no tempo e no espaço. A sociedade civil, para Marx e Engels (1984), constitui-se a partir do condicionamento que as forças produtivas de períodos anteriores impõem às formas de intercâmbio entre os indivíduos e os grupos sociais.

¹⁰ Nesse sentido, ver Marx e Engels (1984).

¹¹ Para Marx, “na produção social da própria vida, os homens contraem relações determinadas, necessárias e independentes de sua vontade, relações de produção essas que correspondem a uma etapa determinada de desenvolvimento das suas forças produtivas materiais. [...] O modo de produção da vida material condiciona o processo em geral da vida social, política e espiritual. Não é a consciência dos homens que determina o seu ser, mas, ao contrário, é o seu ser social que determina a sua consciência. [...] não se pode julgar uma época de transformação a partir de sua própria consciência; ao contrário, é preciso explicar essa consciência a partir das contradições da vida material, a partir do conflito existente entre as forças produtivas sociais e as relações de produção” (MARX, 1974, p. 135).

¹² Podemos dizer que, para Marx e Engels (1984), as condições materiais determinam as demais relações sociais e que, para viver, os homens têm de inicialmente transformar a sua natureza externa. Nesse sentido, o estudo do espaço geográfico pressupõe, como ponto de partida, o conhecimento das relações sociais que os homens estabelecem entre si para utilizar os meios de produção e transformar a natureza externa e a si próprios (natureza interna).

¹³ Cf. Santos, 1985.

¹⁴ Assim Lefebvre (1969b, p. 189) interpreta os termos desenvolvidos por Lenin: 1) Formação: trata-se duma realidade que se transforma e que evolui – de maneira histórica e objetiva, como uma realidade da natureza; 2) Econômico-social: refere-se a uma formação com dois aspectos que não podemos

Já os desdobramentos sociais do turismo nos lugares não suscitam apenas problemas históricos, a pesquisa de suas origens ou antecedentes. O fenômeno turístico não define apenas a transformação social refletida em determinada época e num dado espaço mas uma dimensão que pertence à reconstrução de um tempo histórico, um fator inaugurador que implica não em ruptura do tempo presente mas em continuidades descontínuas, mudanças. O rebatimento do espaço sobre as configurações sociais assumidas por esse fenômeno deve ser analisado a partir da abstração dialética delas, de suas respectivas interações que se prolongam ao longo do tempo.

Num contexto em que o capitalismo mundial se apropria das desigualdades do desenvolvimento para se reproduzir, Karl Marx (1980) destaca a diferenciação entre “tempo de trabalho” e “tempo de produção”, bem como a desigualdade existente entre os períodos de trabalho de acordo com os diferentes setores produtivos. Assim como na “lógica do tempo” da agricultura, por exemplo, o turismo (re)produz-se a partir da disparidade entre o tempo de trabalho e o de produção. O tempo livre¹⁶ a ser gozado pelo turista e personificado nas férias remuneradas só pôde existir enquanto tal a partir do disciplinamento do tempo de trabalho e dos seus movimentos ao longo da história. Ao turista, enquanto indivíduo em uso de seu tempo livre, são permitidas sensações que o mundo das obrigações não aceita; por isso, sua importância no processo civilizador.¹⁷

Por sua vez, o espaço funcional ao turismo configura-se a partir de uma multiplicidade de tempos, da qual nós só registramos alguns fragmentos e na qual os diferentes eventos são produzidos não apenas pelas demandas do tempo presente e sim, pela co-ação de um passado que se atualiza, resiste, coexiste. Tal premissa remete-nos à lógica da simultaneidade anunciada por Henri Lefebvre (1969a) ao discorrer sobre o embaralhamento do tempo na modernidade – tendo em vista que o tempo de reprodução do capital exige que diferentes coisas aconteçam ao mesmo tempo, permitindo assim a coexistência de formações sociais de diversas épocas –, sendo possível observar num território restrito estágios “arcaicos” de existência ao lado do ultra-moderno, donde os conjuntos recentes se compõem a partir de mosaicos conjugados de diferentes eras.¹⁸ A nossa práxis interpretativa, por sua vez, pode apoiar a releitura dos “vestígios históricos” de uma memória relacionada às várias inserções sociais e espaciais dos diferentes sujeitos com os quais lidamos em nossas pesquisas.

No mundo moderno, a complexidade do fenômeno turístico congrega múltiplos atores sociais, conteúdos e funções. Ao captar variadas configurações que o constituem, o turismo incorpora dimensões espaciais, econômicas, socioculturais e ambientais, com ênfase na produção de serviços e nas relações sociais de produção, possibilita encontros e desencontros entre indivíduos e grupos, uma forma *sui generis* de deslocamento do homem no espaço – ícone da modernidade em movimento, expressão da cultura viva que se movimenta por territórios, interação móvel entre lugares, etnias, indivíduos e agrupamentos sociais –, e abrange uma multiplicidade de setores da economia, mas não se restringe a ela.

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (LA TORRE, 1980, p. 19).

Não obstante, Moesch (2003) concebe o turismo como elemento a intervir, em termos potenciais, nos valores culturais e nos comportamentos humanos.¹⁹ No seu entendimento, o lazer e o turismo são

separar nem confundir: econômico (forças produtivas, relações práticas dos grupos humanos com a natureza) e social (relações dos homens uns com os outros, relações de produção, classes e forças sociais).

¹⁵ “Em certa fase de seu desenvolvimento, as forças produtivas da sociedade entram em contradição com as relações de produção existentes, ou, o que não é mais que sua expressão jurídica, com as relações de propriedade no seio das quais elas se haviam desenvolvido até então. De formas evolutivas das forças produtivas que eram, essas relações convertem-se em entraves. Abre-se, então, uma era de revolução social. A transformação que se produziu na base econômica transtorna mais ou menos lenta ou rapidamente toda a colossal superestrutura” (MARX, 1946, p. 31).

¹⁶ Subordinado ao tempo de produção, o “tempo livre” não apenas se encontra subvertido à esfera econômica como também a complementa.

¹⁷ Referência à teoria do processo civilizatório, de Norbert Elias (1990), na qual o autor problematiza o autocontrole humano como elemento imposto por uma complexa rede de conexões sociais desenvolvidas por uma autopercepção psicológica. Como contraponto a tal tendência, tem-se a “busca pela excitação” no período de não-trabalho.

¹⁸ Cf. Bedim, 2007b.

¹⁹ Em recente artigo, articulamos em termos empíricos tal premissa (BEDIM; TUBALDINI, 2006).

conteúdos de uma mesma questão, já que ambos “são práticas sociais surgidas no sistema capitalista; assim, o imaginário dos sujeitos que os praticam processa-se num tempo de lazer e turismo alienado, representação de uma lógica social de consumo” (*Ibidem*, p. 27). Moesch (2000, p. 39) destaca ainda que o tempo e o espaço são categorias essenciais aos estudos turísticos, sendo que “o espaço é tempo cristalizado”, do qual o turismo se apropria.²⁰

O turismo como metáfora dos “tempos modernos”

Ao longo do processo histórico ocidental, o homem, pontualmente, se desloca pelo espaço social – seja pelos lastros milenares da movimentação causada por eventos culturais na Antigüidade (como os Jogos Olímpicos), seja em virtude das condições de subsistência. Os deslocamentos humanos voluntários²¹ possuem, pois, estatuto de antigüidade, colocando indivíduos e povos em movimento e, ainda, agregando à história humana a ampliação do contato com o *outro* sem necessariamente facilitar a compreensão desse *outro*. Na modernidade, contudo, verifica-se a reprodução de tal fenômeno, agora assumindo novas formas sociais – incluindo as experiências modernas do turismo e do lazer.

Ao defender a onipresença da viagem no espírito moderno²² e a capacidade desta em povoar o imaginário sobre os lugares, Ianni (2000, p. 13) lembra que a viagem atravessa a história dos povos, promovendo o (des)encontro entre o “outro” e o “eu”, compreende variadas significações, à medida que se destina a ultrapassar, recriar ou dissolver fronteiras, e simultaneamente “demarca diferenças, singularidades ou alteridades, demarca semelhanças, continuidades, ressonâncias”. Ela coloca, pois, lado a lado configurações socioculturais diversas, próximas e distantes, presentes e passadas, distintas formas de sociabilidade.

Na Europa do século XVII, há registros de grupos que viajavam para visitar centros culturais.²⁴ No século seguinte, surge a expressão *grand tour* para designar as viagens que jovens aristocratas realizavam por diferentes países europeus, como ritual integrante de sua formação educacional. A valorização cultural das viagens como privilégio para alguns poucos rapazes das elites européias abrangia ainda alguns roteiros obrigatórios, além de possuir um certo teor cosmopolita.²⁵

La práctica turística queda reservada a grupos minoritarios, cuyos individuos disponen del tiempo necesario para viajar y tienen espíritu de aventura, y en la mayoría de los casos disfrutan de recursos económicos elevados [...]. Por la forma en que se practicaba, al turismo solo tenían acceso los individuos de grupos privilegiados. (LA TORRE, 1980, p. 20).

Dessa forma, desde sua gênese o turismo – uma *práxis* distintiva e um privilégio de alguns poucos abastados que podiam pagar por ele – confere *status* social àqueles que o praticam. Não obstante, Carneiro (2001) pontua que o direito de viajar é muito recente, sendo que há até bem pouco tempo se restringia quase que a um privilégio exclusivamente masculino. A primeira mulher a, por exemplo, atravessar o deserto do Saara – a francesa Isabelle Eberhardt – o fez disfarçada de homem, no início do século XX. O efetivo direito da mulher de ir e vir através das viagens²⁶ só seria conquistado ao longo do século XX. Nesse sentido, o turismo possui, desde os seus primórdios, um caráter econômica e socialmente excludente.

Mas a expressão efetivamente moderna do turismo viria somente na segunda metade do século XIX, a partir do desenvolvimento dos meios de transporte coletivos movidos a vapor – locomo-

²⁰ “[...] o fenômeno turístico constitui-se de espaço e de tempo, como práticas sociais, os quais se reconstruem a partir de determinações econômicas e tecnológicas” (MOESCH, 2000, p. 47).

²¹ Entre as formas de deslocamento do homem no espaço ora elencadas não abordaremos os movimentos migratórios. Embora importantes, discuti-los aqui ultrapassa os propósitos deste artigo. Vale destacar que, conforme Carneiro (2001), há uma distinção clara entre dois tipos de viagem: as forçadas e as voluntárias, sendo que as primeiras se constituem a partir das migrações de massa motivadas por guerras, fomes, exílios ou pressões diversas, ao passo que na segunda modalidade – as viagens voluntárias – se insere o contexto do turismo.

²² Compagnon (1996, p. 17) pontua que, desde o século V, a palavra *modernus* aparece, em latim vulgar, derivada de modo, “agora mesmo, recentemente, agora” – contudo, ainda não continha a idéia de tempo. *Modernus*, assim, designaria não o que é novo mas o que é presente, atual, contemporâneo daquele que se expressa.

²³ “Em cada localidade, cidade, comunidade ou sociedade o imaginário está povoado de viagens presentes, pretéritas ou futuras, envolvendo viajantes, crônicas, relatos, narrativas, documentos, comprovantes, coisas, gentes, signos. Mesmo os que permanecem, que jamais saem do seu lugar, viajam imaginariamente ouvindo histórias, lendo narrativas, vendo coisas, gentes e signos do outro mundo” (IANNI, 2000, p. 14).

²⁴ Segundo La Torre (1980, p. 13), tais grupos destacaram-se, sobretudo, na França, tendo em vista que o Senhor De Saint Morice publicou, em 1672, uma lista em que constavam os “estrangeiros” em viagem por aquele país.

²⁵ “En el siglo XVIII ya se empleaba en Inglaterra la frase de origen francés *Faire le grand tour*, para referirse a aquellos jóvenes que, tanto para complementar su educación como

por preocupaciones de cultura, organizaban largos recorridos por diferentes países del continente europeo. A tales viajeros se les empezó a denominar 'turistas', término que se utilizó después en Francia para designar a toda persona que viajaba por placer o curiosidad, o por motivos culturales" (LA TORRE, 1980, p. 13).

²⁶Conforme Leite (1997, p. 16), no mundo moderno "o número de viajantes mulheres, em relação ao de homens, já é indicativo de um padrão – o espaço para as mulheres em viagens longas e perigosas, que não existia no início do século XIX, foi conquistado muito lentamente com a modernização dos transportes marítimos, mas conservou-se área predominantemente masculina".

²⁷ "O impacto causado por novos meios de comunicação e transporte na vida social e política tem sido igualmente marcante. Assistimos a eventos como Jogos Olímpicos, campeonatos mundiais, revoluções, expulsão de ditadores, desastres e tragédias na mesma hora em que estão ocorrendo no mundo inteiro. Filmes, publicidade de turismo e folhetos de viagens de todos os tipos acumulam simultaneamente um volume enorme de informações geográficas numa série de imagens assimiláveis, embora não necessariamente corretas" (HARVEY, 1995, p. 3).

²⁸ De acordo com Paul Virilio (1989), desde os tempos mais remotos a velocidade e sua capacidade em agilizar o movimento humano são artifícios de poder. Em Atenas, por exemplo, os que possuíam cavalos ou naus – os meios de locomoção mais rápidos à época – eram os detentores de poder.

²⁹ "Estamos chegando num ponto de ubiqüidade e de instantaneidade. Logo atingiremos a capital da velocidade, um lugar onde tudo já está lá. Em meio século, a duração do trajeto Paris–Nova York passou de 24 horas a três horas e meia. Daqui a 25 anos bastará meia hora. Isso levará à construção de novas cidades. Nova York será o nosso subúrbio. As cidades modernas

tivas, navios, bondes etc. – provocando um aumento considerável no número dos viajantes. Vem desse contexto a primeira viagem coletiva organizada com fins lucrativos, quando em 1841 o inglês Thomas Cook mobilizou 570 pessoas a viajar num trem por ocasião do Congresso Antialcoólico de Leicester, marcando assim a transição das viagens individuais características do *grand tour* para os deslocamentos em grupo.

Além de possibilitar o desenvolvimento de máquinas a vapor, a Revolução Industrial criava, simultaneamente, a compressão tempo-espaço (reduzindo distâncias), o aumento do controle sobre o tempo de trabalho humano e, por conseguinte, a distinção entre este e o tempo de não-trabalho. Germinavam aí os pressupostos temporais que, mais adiante, fundamentariam o turismo de massa a ser protagonizado pela classe operária no século XX.

Os "tempos modernos", assim, estão envoltos pelo encurtamento das distâncias globais a partir do fenômeno da velocidade dos meios de transporte e comunicação.²⁷ Conforme observa o arquiteto e urbanista francês Paul Virilio (1989), *a velocidade é a alavanca do mundo moderno*, a velocidade é poder e força política para aqueles que se deslocam pelo espaço num menor período de tempo.²⁸ A modernidade e a modernização – exacerbadas na expressão motriz da energia a vapor do século XIX – orientaram, à época, a inauguração de novas formas de experimentar o mundo: "o século XIX organizou a indústria da velocidade; a máquina a vapor proporcionou um desenvolvimento fantástico da velocidade" (*Ibidem*, p. 162). Em relação à importância dos meios de transporte, vale destacar, por exemplo, que inúmeras cidades modernas, no século XX, se organizaram a partir de rodovias, dos meios de comunicação e dos aeroportos.²⁹

O deslocamento espacial, através do desenvolvimento dos meios de transporte e de comunicação, caracterizou a própria noção de modernidade, uma época cujo padrão de medida pode ser o da diminuição no tempo necessário para se transportar pessoas e informações, até se chegar na atual era da simultaneidade global. (CARNEIRO, 2001, p. 228).

Os traços distintivos da modernidade vão desde as intervenções na esfera da produção (do artesanato à indústria), passando por mudanças políticas estruturais (ascensão da democracia em detrimento da monarquia), por revoluções culturais (vida cotidiana em evidência, cultura de massas, difusão dos meios de comunicação etc.) e sociais (como a divisão social do tempo de trabalho e o aparecimento da *mulher moderna*³⁰) etc. (LE GOFF, 2003). Nesse sentido, a alavanca da modernidade perpassa a mecanização crescente da esfera produtiva, a saber, o desenvolvimento industrial a caracterizar as economias modernas.

Não obstante, Marx e Engels (1987) vêem a vida moderna como uma atmosfera de contradições, expondo as fissuras de um mundo em transformação, onde a vida se apresenta contraditória em sua base;³¹ um tempo de destruição das barreiras morais; contexto turbulento em que os homens seriam levados a enfrentar as verdadeiras condições de sua existência. Tal qual o maquinário, os operários também seriam expressão dos *tempos modernos* e de suas erupções sociais, econômicas e culturais, evidências de uma era em que *tudo parece estar impregnado de seu contrário*.

A revolução contínua da produção, o abalo constante de todas as condições sociais, a eterna agitação e incerteza distinguem a época burguesa de todas as precedentes. Suprimem-se todas as relações fixas, cristalizadas, com seu cortejo de tradicionais e veneradas concepções e idéias; todas as novas relações tornam-se

antiquadas, antes mesmo de se consolidarem. Tudo o que era sólido e estável evapora-se no ar, tudo o que era sagrado é profanado, e por fim os homens são obrigados a encarar com serenidade suas verdadeiras condições de vida e suas relações com os demais homens. (MARX; ENGELS, 1987, p. 106).

Nessa concepção teórica sobre a modernização capitalista, são reforçados os mecanismos de sujeição das forças da natureza ao homem, a consolidação do enigmático mundo da mercadoria e sua capacidade em incorporar, ao mesmo tempo, valor de uso e valor de troca. Os “mistérios da mercadoria”, por sua vez, vinculam-se à representação do trabalho social no e pelo dinheiro; aos mecanismos de criação e alimentação de “apetites imaginários”, fetiches personalizados no desejo do consumidor em se apropriar de algo; à formatação, à produção e à venda de “necessidades fictícias” à reprodução social humana imediata – induzindo nos consumidores fantasias que se materializam em mercadoria.

Tal processo inclui a sujeição dos espaços à lógica burguesa dominante, a interconexão das partes mais remotas do globo a partir da compressão tempo-espaço, a satisfação cada vez mais rápida das necessidades do mercado, a emergência de elementos que revolucionam a produção tanto material quanto imaterial.³² No que concerne à sua sociogênese, o turismo deve ser pensado como um fenômeno indissociável desse contexto.

No mundo moderno, as relações entre desenvolvimento das forças produtivas e processos de produção engendram novos mecanismos para efetivar a acumulação, os quais se vinculam, cada vez mais, à *produção do espaço-produção* (CARLOS, 1999, p. 178). Diante de tais artifícios, atribui-se 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 (*Ibidem*). Por conseguinte, assiste-se à *fragmentação do espaço no contexto de sua globalização*, à emergência dos espaços-mercadorias, cuja essência está envolta por simulacros à medida que o seu valor de uso sucumbe aos termos da troca.³³ Nessa perspectiva, o espaço funcional ao turismo pode ser entendido como uma “nova raridade” (LEFEBVRE, 2003), cujas produção e apropriação social estão atreladas a fenômenos transescalares pois imersos nas esferas mais amplas da sociedade.

A modernidade, para Lefebvre (1975), destrói o originário e o original, as particularidades e os lugares, saqueando a natureza e substituindo a obra pelo produto. Num contexto da mundialidade do mundo, o domínio sobre a natureza revela dialeticamente (e diabolicamente, segundo o autor) o seu contrário: uma “destruição total que leva à exigência de uma reprodução (recreação) igualmente total” (*Ibidem*, p. 88, tradução nossa). O advento industrial e sua racionalidade conotam, pois, a centralidade política, a concentração das decisões, implicando a homogeneização do espaço e a centralidade da informação – conferindo ao *urbano* um tempo-espaço diferencial e diferenciado – a saber, dominante.

Face à emergente tendência de flexibilização da gestão urbana, David Harvey (1995) sublinha o papel do turismo como agente imerso no contexto de intensificação da competição espacial entre os países, as regiões e os centros urbanos, engendrando políticas de fortalecimento da imagem das cidades e, ainda, consolidando-as como pontos de atração do capital:

[...] as cidades podem tentar melhorar seu desempenho como centros de consumo. O crescimento do turismo em massa e de indústrias ligadas ao lazer nos últimos anos tem reforçado a importância econômica das cidades como centros de compras, lazer, cultura e turismo. Essa é uma sólida base econômica para

organizam-se em função da televisão e do aeroporto, em função dos meios de transporte” (VIRILIO, 1989, p. 164).

³⁰ A expressão “mulher moderna” é uma referência ao termo cunhado por Henri Lefebvre (1969a, p. 181): “A mulher moderna é muito real e realista para nutrir símbolos e nutrir-se deles. Ela se serve deles acreditando apenas na metade, para sustentar-se e para impor-se”.

³¹ Lefebvre (1969a, p. 5), por sua vez, observa que “[...] o mundo moderno avança precedido ou seguido de suas sombras: crises múltiplas, sempre mais frequentes e mais profundas, contradições e confusões inextricáveis, dramas e catástrofes”.

³² Vale destacar as observações do Manifesto do Partido Comunista (MARX; ENGELS, 1987) em relação ao surgimento de uma literatura universal, em que criações intelectuais são compartilhadas por atores de diversas nações.

³³ “[...] o espaço é produzido e reproduzido enquanto mercadoria reprodutível. No contexto em que novas áreas adquirem valor de uso, o processo de apropriação passa a ser determinado pelas leis do mercado, isto é, definido pela sua trocabilidade. Nesse caso, as parcelas do espaço, sob a forma de mercadoria, se encadeiam ao longo dos circuitos da troca – a partir de uma estratégia e de uma lógica” (CARLOS, 1999, p. 179).

resgatar o passado, melhorar a qualidade de vida e fornecer o tipo certo de infra-estrutura (hotéis, parques, centros culturais, museus de todos os tipos, lojas e áreas de lazer). A promoção de eventos tais como feiras, festivais, exposições, esportes e concertos ajuda a atrair pessoas para o consumo em centros urbanos. (HARVEY, 1995, p. 5).

Enquanto centros de consumo, as cidades devem atrair turistas, já que estes “significam compras, alimentação e transporte”, portanto mais empregos e atividades (HARVEY, 1995, p. 5). Por conseguinte, são reforçadas as dimensões imagéticas dos espaços urbanos enquanto estratégia de sua gestão.³⁴ De acordo com Lefebvre (2003), tal centralidade urbana do modo de produção capitalista confere à cidade um caráter cumulativo do tempo e dos objetos, congregando pessoas, riquezas, mão-de-obra, processos produtivos, coisas, capital etc. Diante disso, a organização capitalista do consumo e a respectiva conformação do *tempo-mercadoria* mostram-se como símbolo e metáfora do espaço moderno – *tempo de compra e venda, tempo comprado e vendido*:

O tempo, bem supremo, mercadoria suprema, se vende e se compra: tempo de trabalho, tempo de consumo, de lazer, de percurso etc. Ele se organiza em função do trabalho produtivo e da reprodução das relações de produção na cotidianidade. O tempo “perdido” não o é para todo mundo, pois é preciso pagar caro por ele. O pretenso “tempo livre” é apenas o tempo separado e mantido como tal nos quadros gerais. Quanto ao tempo imposto, aquele dos transportes e das formalidades, já se sabe como se vincula de maneira deslocada ao tempo do trabalho. (LEFEBVRE, 2003, p. 23).

Categoria socialmente construída, o tempo apresenta-se assim como uma dimensão fundamental das sociedades atuais. Num contexto social em que o homem se depara com parcelas maiores de tempo disponível, o lazer e o turismo assumiram importantes papéis e ganharam relevância através da apropriação e do preenchimento produtivo do tempo do cidadão, gerando assim um paradoxo no uso e no sentido do “tempo livre”, posto que este é utilizado para criar novas relações sociais repletas de valores mercantilizados e não como um tempo do indivíduo consigo mesmo. Subordinado ao tempo de produção, o “tempo livre” não apenas se encontra subvertido à esfera econômica como também a complementa. Por conseguinte, praticar o lazer e o turismo com atitude e gratuidade faz-se tarefa quase impossível ao homem moderno, tendo em vista as condições impostas pelo capitalismo à sociedade, pelas quais se torna raridade a ruptura com o tempo de trabalho imposto ao indivíduo. Assim, Adorno (2002, p. 113) lembra que o tempo livre se tornou contraditório, paródia, uma vez que “nele se prolonga a não-liberdade, tão desconhecida da maioria das pessoas não-livres como a sua não-liberdade, em si mesma”. O tempo livre, dessa forma, não apenas está em oposição direta ao tempo preenchido com o trabalho, como o complementa³⁵ e a ele se funcionaliza: “Em um sistema no qual o pleno emprego tornou-se um ideal em si mesmo, o tempo livre segue diretamente o trabalho como sua sombra” (*Ibidem*, p. 123).

O “espaço dos lazes” e o enigmático mundo da mercadoria

Assim como Theodor Adorno (1967), Henri Lefebvre (2003) observou, a partir de suas construções teóricas acerca do “consumo do espaço”, mecanismos que atrelam o lazer aos processos produtivos. Fragmentado, despedaçado, “fetichizado” e vendido, o “espaço dos lazes” não apenas é indissociável do sistema produtivo como também se insere na própria lógica de (re)produção e acumulação capitalista.

³⁴ “Numa época de comunicação de massa, telecomunicações e intensa produção cultural, a imagem de uma cidade torna-se tão importante quanto a realidade. Cidades são anunciadas em revistas e periódicos comerciais como lugares de investimento; em brochuras de viagem, como locais de entretenimento, interesse, cultura e lazer; e em filmes, fotografias ou na televisão, como pontos de interesse para se viver, trabalhar, aposentar etc.” (HARVEY, 1995, p. 6).

³⁵ Theodor Adorno (2002, p. 117) acrescenta: “A própria necessidade de liberdade é funcionalizada e reproduzida pelo comércio; o que elas [as pessoas] querem lhes é mais uma vez imposto. Por isso, a integração do tempo livre é alcançada sem maiores dificuldades; as pessoas não percebem o quanto não são livres lá onde mais livres se sentem, porque a regra de tal ausência de liberdade foi abstraída delas”.

Conforme lembra Martins (1996, p. 44), se quisermos produzir conhecimento sobre o espaço, não poderemos fazê-lo sem incorporar a análise dos mecanismos perversos e excludentes do capitalismo e suas respectivas contradições, tendo-se a forma mercadoria como metáfora dessa “racionalidade sem nenhum compromisso que não seja o da valorização das coisas pela desumanização do homem”. Por sua vez, Seabra (1996, p. 82) pondera que a forma mercadoria não se limita apenas ao produto que sai das fábricas, incorporando ainda “fragmentos e momentos da existência social que também se realizam nos circuitos de valorização do capital”. Nesse sentido, tanto o espaço quanto as formas de uso do tempo de não-trabalho materializadas no turismo igualmente constituem uma variante da forma mercadoria – o tempo do homem moderno como produto reproduzível, posto que o indivíduo é induzido a consumi-lo.

O espaço dos lazeres, assim, integra-se e funcionaliza-se ao *ciclo da reconstituição* outrora descrito por Krippendorff (2003) – em que o tempo disponível do trabalhador é mecanicamente consumido sob a forma de viagem. Tem-se, pois, o “modelo existencial da sociedade industrial” representado na seqüência relacional TRABALHO-MORADIA-LAZER-VIAGEM-TRABALHO e assim sucessivamente. As esferas da existência humana, dessa forma, perpassam a fuga do cotidiano, ou melhor, a busca do anticotidiano.³⁶ A “maquinaria das férias” (*Ibidem*, p. 35), por sua vez, requer a produção de espaços a ela funcionais. Nas palavras de Henri Lefebvre (2003, p. 22):

Esses espaços separados da produção, como se fosse possível aí ignorar o trabalho produtivo, são os lugares da recuperação. Tais lugares, aos quais se procura dar um ar de liberdade e de festa, que se povoam de signos que não têm a produção e o trabalho por significados, estão estreitamente ligados ao trabalho produtivo. [...] São precisamente lugares nos quais se reproduzem as relações de produção, o que não exclui, ao contrário, inclui, a reprodução pura e simples da força de trabalho.

Assim como nas demais esferas produtivas da sociedade, no contexto turístico assiste-se ao poder de intervenção da indústria cultural especulando ideologicamente sobre as massas. O espaço funcional ao turismo, uma vez imerso em tais mecanismos³⁷ e apropriado por eles, torna-se rele mercadoria cujo uso se orienta no sentido de sua valorização, donde os detentores de poder articulam novas possibilidades de efetivar a acumulação do capital.³⁸ Nesse processo, segundo Adorno (1967), o consumidor não é sujeito da indústria cultural mas, antes, o seu objeto. A adaptação das massas a tal contexto relega-as a um fator secundário no cálculo do sistema.

Conseqüentemente, têm-se a estandardização dos lugares turísticos, a racionalização das técnicas de atendimento ao turista e da prestação de outros serviços pessoais,³⁹ padrões *mass-media* na divulgação de diferentes destinos. Nos domínios da *economia psíquica das massas*,⁴⁰ a indústria cultural traduz-se enquanto elemento de mentalidade dominante, reduzindo, por exemplo, o lugar turístico ao seu apelo estético – enquanto espaço assimilado, “fetichizado” e produzido a partir de uma lógica externa a ele –, a paisagem formatada e “empacotada” a partir da “precisão fotográfica” dos anúncios que a divulgam e que a vendem por todo lado. Por conseguinte, tem-se o consumo do tempo e do espaço, donde o valor de uso sucumbe aos termos da troca. A partir de uma interpretação do pensamento lefebvriano, Alfredo (2006, p. 67) assim decifra tal fenômeno: “Tempo e espaço do ócio, constituídos na sua versão crítica moderna, apresentam-se como lazer: consumo de tempo e de espaço, produção espacial para consumo de tempo e espaço que reproduzam, ainda que criticamente, as relações sociais sob a forma valor”. Nessa perspectiva, o tempo do não-trabalho e os espaços funcionais ao lazer e

³⁶ De acordo com Krippendorff (2003, p. 27), o turismo constitui-se a partir de um movimento pendular entre o cotidiano e o anticotidiano e suas múltiplas interações.

³⁷ Em recente pesquisa realizada no entorno do Parque Estadual do Ibitipoca, constataram-se empiricamente alguns dos mecanismos inerentes à produção de espaços turísticos e o viés especulativo e expropriador que subjaz a tal processo, muito embora atrelado a movimentos de conformação e/ou resistência no âmbito local: “O turismo em Ibitipoca implica numa complexa transição entre o primário e o terciário que mantém o modo de vida campesino – face à resistência do camponês em ceder a terra para o investidor urbano. Ao empreendedor imobiliário, o camponês e seu apego à terra tomam um vulto de monstruosidade. Resta aos especuladores esperar. Como abutres a serviço do capital especulativo, eles então aguardam pela morte do velho camponês para, a partir daí, tirar proveito econômico das circunstâncias. No ‘Paraíso do Capital’, a pujança produtiva dos corretores de imóveis se faz a partir da morte camponesa: o fim biológico de uns nutre a vida econômica de outros” (BEDIM, 2008, p. 356).

³⁸ Deve-se destacar que, conforme Adorno (1967), a indústria cultural vê-se, num dado momento de seu desenvolvimento, absolvida da necessidade de perseguir o lucro para o qual nasceu.

³⁹ “Hoje como ontem a indústria cultural consiste em ‘serviços’ a terceiros e assenta a sua afinidade com o velho processo de circulação do capital – com o comércio – de que se origina” (ADORNO, 1967, p. 2).

⁴⁰ “Economia psíquica das massas” é uma expressão criada por Adorno (1967, p. 1).

ao turismo são incorporados ao mundo da mercadoria e transformam-se em objeto de especulação – não se desvinculando, pois, dos processos produtivos – uma vez que o capitalismo, segundo Lefebvre (2003), não se limita a integrar o espaço preexistente a partir de sua própria extensão. Ao contrário, o sistema cria setores novos, produz e vende lugares novos, os quais se inserem na sua expansão: “[...] o espaço inteiro torna-se o lugar da reprodução das relações de produção” (*Ibidem*, p. 24). Sendo assim, tem-se o “consumo do espaço” como expressão contraditória de tal processo, à medida que as cidades estendem seus “tentáculos” até as mais remotas áreas – produzindo, assim, os lugares funcionais ao lazer e ao turismo:

[...] os lazeres tornaram-se uma indústria de importância primordial. Através dos lazeres foram conquistados o mar, as montanhas e até os desertos. A indústria dos lazeres se conjuga com a da construção para prolongar as cidades e a urbanização ao longo das costas e nas regiões montanhosas. [...] Essa indústria dos lazeres se estende ao espaço desocupado pela agricultura e pela produção industrial clássicas. Para arquitetos e urbanistas ela tem um interesse que deve ser explicitado. Os lazeres exigem certas qualidades do espaço. Dezenas de milhões de europeus, aí incluídos muitos operários, se deslocam do norte ao sul da Europa em direção à Espanha, à Itália, ao Midi da França. Pode-se afirmar que eles saem do espaço do consumo (isto é, os lugares da riqueza capitalista – Londres, Hamburgo, Paris etc.) para o consumo do espaço: a praia, o mar, o sol, a neve... [...] O que se realiza é justamente a conquista do espaço terrestre, mas a partir da propriedade do solo e da maneira prescrita por essa propriedade na decomposição. (LEFEBVRE, 2003, p. 86).

Não obstante, Ana Fani Carlos (1999) destaca as transformações das relações espaço-temporais na modernidade, sublinhando o papel do turismo como uma extensão das atividades produtivas. Numa época de universalização do capital e dos seus mecanismos de expansão, haveria a inauguração de novas formas de consumir o espaço, isto é, “cada vez mais se compram e se vendem pedaços do espaço para a reprodução da vida” (*Ibidem*, p. 174). Por conseguinte, assiste-se a transformações substanciais no que concerne tanto ao uso do espaço quanto ao acesso a ele. Assim, a mercantilização do espaço emerge como estratégia de acumulação capitalista. Por sua vez, o espaço-mercadoria denota novas formas de apropriação voltadas para o lazer e o turismo, resultando na produção de espaços fragmentados pois condicionados pelas necessidades da acumulação – subvertidos à troca e vulneráveis aos processos especulativos.

Nesse contexto, a interface moderna do fenômeno turístico consolida-o como ícone de um mundo envolto pelos mecanismos produtivos do capitalismo pós-industrial e da compressão tempo-espaço – já que, conforme Marx e Engels (1987, p. 106), no contexto moderno, “em lugar do antigo isolamento local e da auto-suficiência das nações, desenvolvem-se, em todas as direções, um intercâmbio e uma interdependência universais”. Ante tais circunstâncias histórico-geográficas que redimensionam espaços e tempos, Octavio Ianni (1995, p. 19) salienta que a necessidade de reprodução ampliada do capital e suas exigências impuseram realidades contraditórias oriundas da “fábrica da sociedade global”, donde se rebelaram metáforas do mundo moderno. Tais metáforas⁴¹ materializam-se em termos representativos dos processos globais, assumindo expressões como “Disneylândia global”, “sistema-mundo”, “tecnocosmo”, “cidade global”, “nave espacial”, “mundo sem fronteiras” e “fim da história”, entre outras. Nesse contexto, o autor destaca o emblema da “nave espacial” a sugerir a anulação das distâncias e a dissolução de fronteiras e, ao mesmo tempo, a suscitar “a viagem e a travessia, o lugar e a duração, o conhecido e o incógnito, o destinado e o transviado, a aventura

⁴¹ “[...] a reflexão e a imaginação não só caminham de par em par como multiplicam metáforas, imagens, figuras, parábolas e alegorias destinadas a dar conta do que está acontecendo, das realidades não codificadas, das surpresas imaginadas. As metáforas parecem florescer quando os modos de ser, de agir, pensar e fabular mais ou menos sedimentados sentem-se abalados” (IANNI, 1995, p. 14-15).

e a desventura” (*Ibidem*, p. 15). O turismo pode ser também entendido como metáfora do mundo moderno, uma vez que se apresenta enquanto agente de intervenção direta a acentuar o ritmo das transformações sociais nos lugares dos quais o capital se apropria, subvertendo povos, espaços, culturas e recursos naturais.

Na modernidade, a produção de bens simbólicos em ritmo industrial é capaz de fornecer ao mundo um modelo de “tempo cultural acelerado” (BOSI, 1992, p. 9), revolucionando, pois, tanto a prática quanto o sentido da cultura. O turismo, por sua vez, está imerso nesse mercado de bens simbólicos, alterando o uso e o sentido do tempo e do espaço à medida que as inovações nos mecanismos de comunicação e transporte reduziram as distâncias globais, sob signos de modernidade a imprimir velocidade ao tempo. A compressão tempo-espaço, conseqüentemente, possibilitou a interligação dos lugares e culturas, expandindo o contato com o *outro* sem necessariamente facilitar a compreensão desse *outro*.⁴²

A apropriação das paisagens “naturais” pelo turismo, as quais são por vezes incorporadas indiscriminadamente enquanto mercadoria, as reduz a meros produtos a serem consumidos na lógica de reprodução capitalista. É o risco iminente da mercantilização exacerbada do espaço geográfico, onde coisas que não eram mercadoria passam a sê-lo para alimentar o modo de produção capitalista. Assim, o turismo transforma uma considerável parcela do espaço em mercadoria, submetendo-a ao circuito da troca e, segundo Carlos (1999, p. 179), engendrando “uma nova lógica associada a uma nova forma de dominação do espaço que se reproduz ordenando e direcionando a ocupação” – condicionando, pois, o seu uso aos enquadramentos da apropriação privada e a acessos diferenciados funcionalmente.

Um destino turístico, por sua vez, é um espaço organizado e apropriado a partir de demandas externas a ele, articulando-se à lógica da simulação, a um espaço diferenciadamente produzido para ser consumido sazonalmente pelo visitante.⁴³ A racionalidade do “uso” desses recursos naturais por populações urbanas subjugadas ao modo de produção e às ideologias e aos aparatos políticos dominantes engendra a transformação das práticas sociais de apropriação da natureza. Dialeticamente, têm-se a massificação dos destinos turísticos e a sua incorporação às esferas produtivas globais e aos respectivos domínios da indústria cultural, processo que resulta na alienação do uso do tempo de não-trabalho do homem moderno – o qual, ao fugir do cotidiano conturbado das metrópoles, se depara com lugares turísticos massificados e, muitas vezes, não menos caóticos que as grandes cidades:

[...] nos períodos de lazer, de ócio, de tempo livre, os homens procuram se deslocar para lugares em que possam gozar de espaços abertos, dilatados horizontes, atividades de recreação, entretenimento ou desportivas, em que o mais importante é o contato com a natureza [...]. E para onde ele [o homem moderno] quer ir? Para a mãe Terra. Mas nem sempre vai para ela. A publicidade o apanha e ele vai, por exemplo, para balneários massificados, rápidos e alienados como a jaula dourada e confortável da qual saiu. (BENI, 2001, p. 55).

Como contraponto à massificação dos espaços turísticos, novas modalidades de turismo emergiram nas últimas décadas, a partir da necessidade de novas alternativas ao uso do tempo livre, materializando – e vendendo – novas formas de alienação modernas. Não obstante, Lefebvre (2003) destaca que a produção dos espaços se vincula aos tempos (tempo livre, tempo de trabalho, tempo das obrigações sociais etc.), espaços-tempos que permanecem atrelados às relações sociais de produção,

42Cf. Bedim; Paula, 2007.

43“O espaço do turismo e do lazer são espaços visuais, presos ao mundo das imagens que impõem a redução e o simulacro. E que reduzem a apropriação enquanto ‘mercadoria de uso temporário’ definida pelo tempo de não-trabalho” (CARLOS, 1999, p. 176).

mesmo que se trate de esferas produtivas engendradas pelo uso do tempo de não-trabalho, tal qual é o tempo apropriado pelo turismo e pelo lazer na modernidade.

Considerações finais

Tendo em vista tais exposições sobre o modo de produção capitalista e seus mecanismos de expansão, reitera-se aqui que o fenômeno turístico incorpora, em termos ontológicos, dimensões socioespaciais resultantes da própria modernidade em movimento, incluindo seus respectivos signos, tais como maior controle do tempo de trabalho, movimentos trabalhistas, direito a férias remuneradas, viagens coletivas organizadas com fins lucrativos, compressão tempo-espaço a partir do desenvolvimento dos meios de transporte e comunicação etc. Além disso, o turismo personifica, nos lugares, um processo contraditório envolto por ritmos desiguais do desenvolvimento econômico e social, como observado por Lefebvre (1969b), entre outros autores, ao analisar as diferentes esferas da vida social na modernidade.

O turismo personifica, ainda, a ampliação do mundo da mercadoria e de seus mecanismos de acumulação e expansão – a distribuição irregular das riquezas através de uma forma *sui generis* de exploração do trabalhador contemporâneo a partir da alienação de seu tempo de não-trabalho. De certa forma, enganam-se os que negligenciam o papel do turismo como agente a intervir na história dos lugares, dos indivíduos e dos grupos sociais. O turismo é a cultura viva a perambular por territórios, a interação móvel entre lugares, indivíduos e grupos sociais, ícone da modernidade em movimento. O turista, por sua vez, integra e produz a história dos destinos que visita, reconstruindo-os e transformando-os; é fator reestruturante das práticas cotidianas, agente de intervenção direta a agregar elementos e a engendrar processos socioespaciais nos lugares visitados. Enquanto fenômeno atrelado à reprodução ampliada do capital, o turismo é, pois, metáfora dos *tempos modernos*.

O turismo traduz ontologicamente a construção prática de um mundo objetivo, através do trabalho do homem que se exerce sobre a natureza inorgânica; é evidência empírica do homem como um ser de espécie consciente. Como exposto nos textos clássicos, Marx (1980) encontra a explicação da *praxis* no confronto entre a produção humana e a dos animais. Os animais produzem apenas para o seu objetivo imediato, movidos por necessidades físicas, enquanto o homem produz de um modo universal, mesmo quando está livre das necessidades primeiras. O turismo, assim, aciona e materializa a noção clássica de *teleologia*, à medida que sua prática transcende às necessidades elementares dos homens, incorporando o aspecto subjetivo e criativo da interação homem-natureza.

Diante das interfaces assumidas pelo turismo contemporâneo, seja no âmbito operacional ou no do planejamento a longo prazo, o grau de previsibilidade sobre os desdobramentos desse fenômeno socioespacial é cada vez menor. Um destino turístico pode ser bruscamente afetado a partir de fatores que escapam ao controle humano direto e, portanto, nem sempre passíveis de planejamento: tempestades tropicais, vírus, furacões, terremotos, atentados terroristas,⁴⁴ submersão de ilhas turísticas derivada de fenômenos climáticos etc. Mas há ainda os problemas que, apesar de afetar diretamente o turismo, estão atrelados a outras esferas da vida social, como as greves de motoristas de táxi ou de controladores de vôo num dado país, o “caos aéreo” verificado em muitos aeroportos do mundo, os problemas decorrentes da insuficiência dos mecanismos de transporte de determinada região, a violência urbana e outras questões que subjazem à desigualdade social inerente ao capitalismo etc. Segundo a concepção materialista da história, estaríamos, pois, mediante repercussões não planejadas

⁴⁴ Ao esboçar previsões para o turismo relativas ao ano de 2003, Luiz Godoi Trigo (2003, p. 25) reitera que elas são “lacônicas e evasivas”, tendo em vista os desdobramentos dos atentados terroristas incidentes na Europa e nos Estados Unidos a partir de 2001. Nesse sentido, o autor pontua que desde 2002 o setor enfrenta “dificuldades bem delimitadas e profundas”, considerando “os problemas econômicos internacionais (inclusive nos Estados Unidos) e os atentados terroristas que afetaram diretamente o setor de viagens e turismo”, as crises setoriais (como as das companhias aéreas) e, ainda, as instabilidades políticas no Oriente Médio.

das ações do homem, num contexto de menor grau de previsibilidade sobre o real, face à tendência de o controle da realidade se distanciar do homem à medida que se avolumam as contradições inerentes ao capitalismo.

Como se vê, o objetivo deste artigo não consiste em professar qualquer filiação ideológica ao pensamento de Marx mas, antes, demonstrar em que medida o movimento dialético por ele percebido e teorizado pode ser aplicado nas pesquisas envolvendo turismo, espaço e tempo social. Trouxemos este conjunto de raciocínios, elaborados a partir de uma concepção materialista do processo histórico, enquanto perspectiva de compreensão da realidade socioespacial. Uma pesquisa que se propõe a estudar o turismo não deve prescindir da análise dos elementos materiais e dos movimentos dialéticos constitutivos das sociedades capitalistas.

Referências

- ADORNO, Theodor W. *Résumé sobre indústria cultural*. Trad. Carlos Eduardo Machado. [S.l.: s.n.], 1967. Não publicado. Separata de: ADORNO, Theodor W. *Ohne Leitbild*. Frankfurt: Parva Aesthetica; Suhrkamp, 1967.
- ADORNO, Theodor W. Tempo livre. In: ADORNO, Theodor W. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 112-127.
- ALFREDO, A. O mundo moderno e o espaço: apreciações sobre a contribuição de Henri Lefebvre. *GEOSP – Espaço e Tempo*, São Paulo, n. 19, p. 53-79, 2006.
- BEDIM, Bruno P. O espaço capitalista da natureza e seu (contra) uso turístico: a dialética da visitação pública em áreas protegidas – um ensaio teórico. *Caderno de Turismo*, Rio de Janeiro, v. 7, n. 3, p. 75-89, 2007a. Disponível em <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/>>. Acesso em: 01 out. 2007.
- BEDIM, Bruno P. O processo de intervenção social do turismo na Serra de Ibitipoca (MG): simultâneo e desigual, dilema camponês no “Paráíso do Capital”. Dissertação (Mestrado em Geografia: Organização, Gestão e Produção do Espaço) – Instituto de Geociências, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.
- BEDIM, Bruno P. Perspectivas conceituais na controvérsia da abstração: o lugar histórico do camponês no mundo moderno. *Geografias*, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p. 72-88, jul./dez. 2007b.
- BEDIM, Bruno P.; PAULA, Heber Eustáquio. Relatos visitados: história oral e pesquisa em turismo e hospitalidade; considerações teórico-metodológicas. *Caderno de Turismo*, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 63-77, 2007. Disponível em <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/>>. Acesso em: 01 out. 2007.
- BEDIM, Bruno P.; TUBALDINI, M. A. S. A chegada do outsider ao rural-paráíso: novos atores e relações econômicas e sociais no contexto turístico da Serra de Ibitipoca (MG). *Revista Agrária (DG/FFLCH/USP)*, São Paulo, v. 2, n. 5, p. 4-39, 2006.
- BENI, Mário C. *Análise estrutural do turismo*. 6. ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2001.
- BOSI, Alfredo. Plural, mas não caótico. In: BOSI, Alfredo (Org.). *Cultura brasileira: temas e situações*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1992. p. 7-15.

- CARLOS, Ana Fani Alessandri. O consumo do espaço. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri (Org). *Novos caminhos da geografia*. São Paulo: Contexto, 1999. p. 173-186.
- CARNEIRO, H. Soares. O múltiplo imaginário das viagens modernas: ciência, literatura e turismo. *História: Questões e Debates*, Curitiba, n. 35, p. 227-247, 2001.
- COMPAGNON, Antoine. *Os cinco paradoxos da modernidade*. Trad. C. P. B. Mourão, C. F. Santiago e E. D. Gálery. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1996.
- CORRÊA, Roberto Lobato. *Região e organização espacial*. São Paulo: Ática, 1986.
- COSTA, Geraldo Magela. Análise de processos socioespaciais: contribuições metodológicas a partir da teoria e de resultados de pesquisas. *GEOgraphia*. revista da Pós-graduação em Geografia da UFF, Niterói, ano 7, n. 13, p. 29-47, set. 2005.
- ELIAS, Norbert. *O processo civilizador: uma história dos costumes*. Trad. Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990. v. 1.
- HARRINGTON, Michael. *O crepúsculo do capitalismo*. Trad. Moacir Werneck de Castro. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. Trad. Adail Sobral e M. Stela Gonçalves. 14. ed. São Paulo: Loyola, 2005.
- HARVEY, David. *Espaços urbanos da "aldeia global": reflexões sobre a condição urbana no capitalismo do final do século XX*. Belo Horizonte: [s.n.], 1995. Mimeografado. Texto produzido a partir de transcrição e tradução de palestra.
- IANNI, Octavio. *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
- IANNI, Octavio. *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.
- KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do turismo*. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2003.
- LA TORRE, Oscar de. *El turismo: fenómeno social*. México: FCE, 1980.
- LE GOFF, Jacques. *História e memória*. 5. ed. Campinas: Ed. UNICAMP, 2003.
- LEFEBVRE, Henri. *El manifesto diferencialista*. 2. ed. México: Siglo Veintiuno, 1975.
- LEFEBVRE, Henri. *Espaço e política*. Trad. Margarida de Andrade e Sérgio Martins. [S.l.: s.n.], 2003. Não publicado. Título original: *Espace et politique* (Paris: Anthropos, 1972).
- LEFEBVRE, Henri. *Introdução à modernidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969a.
- LEFEBVRE, Henri. *O pensamento de Lenine*. Lisboa: Moraes Editores, 1969b.
- LEITE, M. L. M. *Livros de viagem, 1803/1900*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.
- MARTINS, Sérgio M. A cidade sem infância: a produção do espaço no mundo da mercadoria. *Boletim Paulista de Geografia*, São Paulo, n. 74, p. 23-46, 1996.
- MARX, Karl. *Contribuição à crítica da economia política*. São Paulo: Flama, 1946.
- MARX, Karl. *Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos*. São Paulo: Abril Cultural, 1974. (Os pensadores).
- MARX, Karl. *O capital*. 6. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980. Livro I, v. 1.
- MARX, Karl. Teses sobre Feuerbach. In: MARX, K.; ENGELS, F. *A ideologia alemã*. São Paulo: HUCITEC, 1984. p. 11-14.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *A ideologia alemã*. Trad. José Carlos Bruni e Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: HUCITEC, 1984.
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. Manifesto do Partido Comunista. In: MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *Cartas filosóficas e O Manifesto Comunista de 1848*. São Paulo: Moraes, 1987. p. 101-140.
- MOESCH, Marutschka M. *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto, 2000.
- MOESCH, Marutschka M. Turismo e lazer: conteúdos de uma única questão. In: MARCELLINO, N. C. *Formação e desenvolvimento de pessoal em lazer e esporte*. Campinas: Papirus, 2003. p. 19-30.
- SANTOS, Milton. *Espaço e método*. São Paulo: Nobel, 1985. (Coleção Espaços).
- SEABRA, O. C. L. A insurreição do uso. In: MARTINS, J. S. (Org). *Henri Lefebvre e o retorno à dialética*. São Paulo: HUCITEC, 1996. p. 71-86.
- TRIGO, Luiz G. Godoi. Turismo e política internacional. In: TRIGO, Luiz G. Godoi; PANOSSO, Alexandre. *Reflexões sobre um novo turismo*. São Paulo: Aleph, 2003. p. 15-56.
- VIRILIO, Paul. Entrevista de Paul Virilio ao Le Monde. In: LE MONDE. *Idéias contemporâneas*. Trad. Maria L. Blumer. São Paulo: Ática, 1989. p. 161-168.