



## PRODUÇÃO DO ESPAÇO PELO LAZER E TURISMO<sup>1</sup>

Rita Maria de Paula Garcia<sup>2</sup>

**RESUMO:** O espaço geográfico é o lócus do homem e de suas possibilidades que não cabem na dimensão previsível e mensurável. O turismo é fenômeno multifacetado e surge como opção de lazer condicionando as relações sociais e a organização espacial onde a atividade se desenvolve por meio dos equipamentos, infra-estruturas e contatos entre pessoas de diferentes origens. O objetivo do trabalho é apresentar um diálogo entre pensadores da geografia, do lazer e turismo a fim de compreender a base epistemológica da produção do espaço pelo turismo. A pesquisa foi realizada por meio de fonte bibliográfica e constitui parte da dissertação de Mestrado em Geografia/UFMS.

**Palavras-chave:** espaço; lazer; turismo; homem; geografia.

**EXTRACTO:** El espacio geográfico es el lócus del hombre y de sus posibilidades que de no cabido en la dimensión previsible y mensurable. Está fenómeno multifaceted y aparece el turismo opción del ocio que condiciona las relaciones sociales y la organización del espacio donde la actividad si se convierte por medio del equipo, de las infraestructuras y de los contactos entre la gente de diversos orígenes. El objetivo del trabajo es usted presente que dialoga entre los pensadores de la geografía, del ocio y el turismo adentro para pedirle entiende que la base de la producción del espacio será el turismo. Bibliográfico la investigación fue llevada a través por medio de fuente y constituye la parte del dissertação de Mestrado en Geografia/UFMS.

**Palabra-llave:** espacio; ócio; turismo; hombre; geografia.

---

<sup>1</sup> Este artigo é parte de um capítulo da Dissertação de Mestrado em Geografia da UFMS, "Análise da dinâmica sócio-espacial de uma área ribeirinha: um estudo das Residências Secundárias do rio Sucuriú em Três Lagoas-MS", sob orientação da Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Edima Aranha Silva, Professora Adjunto da UFMS e se insere no Grupo de Pesquisa Espaço Urbano e Produção do Território/CNPq.

<sup>2</sup> Professora Mestre da Universidade Estadual de Mato Grosso – Campus de Nova Xavantina/MT. rita\_turismo@gmail.com

## INTRODUÇÃO

O espaço geográfico é o lócus do homem - do viver, agir, produzir, sociabilizar - e de suas possibilidades que não cabem na dimensão previsível.

O lazer se dá nesta complexa trama, onde o homem é estimulado ao desfrute incondicional do tempo livre como sua expressão maior de liberdade e prazer individual, no qual as possibilidades se alternam e opõem, como praticar um esporte de aventura ou ler um livro, assistir a televisão ou viajar. A dimensionalidade do lazer não é possível, pois está vinculada aos prazeres individuais, e, portanto singulares e múltiplos.

O turismo é fenômeno multifacetado e surge como opção de lazer, no qual o indivíduo usufrui seu tempo livre durante o deslocamento e permanência temporária em localidade diferente da sua origem, desfruta da paisagem ou de elementos intangíveis como banho de mar, visita à parques, assistir à peças de teatro, dançar.

## PRODUÇÃO DO ESPAÇO: BREVES CONSIDERAÇÕES

O espaço é finalidade e continuidade no cenário das ações dos homens.

Desta forma, Santos (1988, p. 26-27) expõe:

O espaço deve ser considerado como um conjunto indissociável de que participam, de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais, e, de, outro, a vida que os preenche e os anima, ou seja, a sociedade em movimento. O conteúdo (da sociedade) não é independente da forma (os objetos geográficos), e cada forma encerra uma fração do conteúdo. O espaço, por conseguinte, é isto: um conjunto de formas em movimento. As formas, pois, têm um papel na realização social.

Além das formas que fazem parte da complexa trama que constitui o espaço, o homem se mostra como o principal elemento. As formas e sua disposição

são decorrências de suas ações, habilidades e de suas relações em sociedade, e desta com o meio ambiente. O trabalho está na gênese da transformação.

O homem é agente modificador provido de raciocínio que permite ações premeditadas, o que o diferencia dos demais animais. Suas habilidades possibilitam previsões e ações simultâneas, desenvolvimento de técnicas que facilitarão a manutenção da vida individual ou coletiva. A sociedade se torna o principal objeto de apreensão, reconhecida sua força de modificação, de transformação, criação.

Não há produção que não seja produção do espaço, não há produção do espaço que se dê sem o trabalho. Viver, para o homem, é produzir espaço. Como o homem não vive sem trabalho, o processo de vida é um processo de criação do espaço geográfico. A forma de vida do homem é o processo de criação do espaço. Por isso, a geografia estuda a ação do homem. (Idem, p.28)

A atuação do homem sobre os objetos naturais ocorre desde a existência da sociedade e a capacidade de antever e se organizar para agir sobre a natureza e se preparar para o futuro. A dispersão do homem sobre a Terra o fez deparar com situações e condições adversas, nem por isso deixou de transformar, modificar, organizar.

A ocupação das áreas mais inóspitas tornou o homem onipresente e a superfície terrestre mais humanizada, impermeabilizada, com mais cidades e campos e conseqüentemente mais produtiva. Aliás, a superfície terrestre é densamente ocupada e modificada para facilitar a produção e melhorar as condições de vida do homem.

O espaço é organizado de acordo com a racionalidade do homem para a ocupação, a distribuição de infra-estruturas (rodovias, energia elétrica, cidades) e produção (serviços, produtos industrializados, produtos agropecuários, extração), de tal forma a maximizar resultados e minimizar esforços. Neste sentido é que as áreas são especializadas. A fim de direcionar esforços qualificar e quantificar os resultados

na produção é que os locais se tornam mais especializados e sua organização se dá direcionada.

## FUNDAMENTOS INTRODUTÓRIOS DO LAZER

A geração de capital, a capacidade produtiva são prerrogativas das nações desenvolvidas. No frenético modelo capitalista de produção insaciável e esgotamento das capacidades físicas e psíquicas, o homem obteve conquistas como a redução da jornada de trabalho para oito horas diárias, descanso semanal, férias remuneradas, décimo terceiro salário, entre outras, que possibilitaram o maior desfrute do lazer, no século XX - ou pelo menos foi quando o tema ganhou maiores dimensões.

Para compreender o lazer é necessário que esclareça as terminologias que envolvem sua concepção e as quais são tidas freqüentemente como sinônimo ou mesmo confundidas, são elas: tempo livre, lazer, ócio e turismo. Rodrigues (2001, p. 89) considera:

[...] Pode-se gastar o **tempo livre** sem executar nenhuma ação. Nesse caso, o tempo despendido é um tempo de puro **ócio**, ou seja, de contemplação. Já o vocábulo "**lazer**" tem a conotação de atividades, ou seja, ações desenvolvidas durante o tempo livre. Os **lazer**es diferem do **turismo** porque, para sua prática, não há necessidade de deslocamentos que excedam o período mínimo fixado em 24 horas [...].

O trabalho pressupõe tempo livre, mas não significa que o homem está liberto de todas as obrigações sociais. O tempo livre é utilizado para cumprir compromissos familiares, para participar de reuniões institucionais, cumprir obrigações domésticas, entre outras. Após, computada e subtraída as obrigações, resta o tempo de lazer.

O estudo do lazer atenta para os diversos significados e sinônimos que possui nas várias línguas. As terminologias envolvidas na conceituação como a própria palavra lazer, ou mesmo tempo livre e ócio, são compreendidas diferentemente de acordo com o país de origem do estudo. A palavra lazer pode adquirir o mesmo significado que a palavra ócio no idioma espanhol.

O termo Lazer não se encontra em espanhol. Com o sentido de Lazer, encontra-se a palavra **ócio**. Tal fato poderá ocasionar dificuldades de compreensão e comunicação entre outros idiomas, em especial, o português, que relaciona **ócio** com a falta de atividade, a inanição, o desinteresse, passando a apresentar um sentido negativo. Talvez por esta ou por outras razões mais complexas, se evidencia, entre vários autores da atualidade, uma tendência para o emprego do termo **tempo livre**. (GAELZER, 1979, p. 48)

O ócio é entendido como não fazer nada durante o tempo livre, e por isso, é comum estar separado do conceito de lazer, que para muitos autores – como será abordado na seqüência – implica em ação.

Para Gaelzer (1979, p. 54), “[...] Lazer é a harmonia individual entre a atitude, o desenvolvimento integral e a disponibilidade de si mesmo. É um estado mental ativo associado a uma situação de liberdade, de habilidade e de prazer”. É relevante considerar o caráter de satisfação e prazer individual perante a atividade de lazer, o hedonismo aparece como um dos elementos para conceber esta prática.

O lazer corresponde a todas as atividades desempenhadas por livre e espontânea vontade que satisfaça e proporcione prazer ao indivíduo. Segundo Dumazedier (1976, p. 34):

O lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais. [...]

Para o autor, a principal característica do lazer é a atividade, o ser ativo durante o tempo livre desempenhando ações que proporcionem bem-estar próprio. Apesar do caráter de liberdade, de autonomia de escolha individual, Dumazedier (1979, p. 93) alerta “[...] Os bens e serviços de lazer estão pois submetidos às mesmas leis do mercado que os outros bens e serviços.[...]” O capitalismo assimila a expansão do tempo livre à oferta de serviços e produtos que vão ao encontro dos anseios do consumidor diante do lazer.

[...] No caso de bens de consumo, mesmo os fundamentais para a sobrevivência humana, a limitação do acesso passa pela lei de mercado e pela capacidade individual de compra. Há, evidentemente, toda uma gama de serviços e produtos no campo do lazer regidos pela mesma lógica. [...] (GUTIERREZ, 2001, p. 97)

O tempo livre é instrumento da sociedade capitalista para aumentar o consumo e produção de bens e serviços, utilizando para isso a disseminação em massa de um padrão de consumo, assimilado incontestavelmente. O poder de consumo é concedido a uma parcela da população, logo, o lazer e o turismo não são acessíveis à grande maioria. Ouriques (2005, p. 37-38) expõe:

[...] o tempo livre dedicado aos lazeres é, via de regra, um tempo de consumo. A proliferação dos *hobbies*, que implicam a compra de equipamentos específicos, os espetáculos e discos de música, o cinema, a televisão e as passagens de avião para *tour* são formas de expressão do tempo do capital no que adequadamente se chama de “indústria da diversão”. Isso porque, como assinalado acima, todo esse tempo livre tende a ser mediado pela prática do consumo.

Os estudos empíricos do lazer é tema central da obra de Dumazedier (1979) a partir de dados e estatísticas sobre a prática do lazer nos países de economia avançada, Estados Unidos, antiga União das Repúblicas Socialista Soviéticas (URSS) e na França. Para o autor, o lazer é definido nitidamente a partir das sociedades industriais, onde o tempo de trabalho é distinto de tempo livre. A década de 1960 é considerada um marco para a prática do lazer na França, em decorrência de conquistas como redução da jornada de trabalho semanal e ampliação do

período de férias. Outro elemento a ser considerado é que “Antes de mais nada a produção do tempo livre, invólucro que contém o tempo de lazer, é, evidentemente, o resultado de um progresso da produtividade, proveniente da aplicação das descobertas científico-técnicas [...]”. (Idem, p.54-55)

## **PRODUÇÃO DO ESPAÇO PELO LAZER E TURISMO NA MODERNIDADE**

O cotidiano do homem moderno revela uma compartimentação do tempo, uma vez atrelado a uma rotina de trabalho, família, compromissos sociais e organização do tempo livre. Os sentidos (pensamento, a visão, a observação) estão canalizados nessa rotina, a mudança do olhar do homem sobre o cotidiano, sobre o percurso diário entre trabalho e casa perceberá um ambiente diferente, embora este olhar esteja diretamente condicionado ao tempo de lazer.

A organização urbana determina a especialização de lugares para o lazer (privado ou público). A lógica da dissociação entre o tempo livre e o tempo de trabalho, se reflete sobre a organização das cidades compartimentadas – zonas industriais, residenciais, comerciais, assistência médica, lazer – e faz com que o homem acredite que o ambiente propício ao lazer ativo não coincide com aquele onde sua residência está fixada, há portanto, necessidade de deslocamento para exercê-lo.

A organização do tempo cronológico diário e da especialização dos lugares estão entrelaçados ao pensamento contemporâneo, que traduziu o desvinculamento do ambiente rotineiro ao deslocamento para a prática de lazer. Várias cidades se transformaram em ícone de lazer e passaram a disputar a presença desse indivíduo.

A idéia que se difunde atualmente é que o tempo livre deve ser aproveitado em benefício próprio e que o lazer está relacionado à qualidade de vida do indivíduo,

que por sua vez, bombardeado por campanhas publicitárias que tornam a decisão de eleger um lugar para férias anual um exercício de planejamento, no qual se ponderam custos e benefícios (realização de um desejo) individuais e/ou familiares.

A produção do espaço pelo turismo consiste na capacidade de reproduzir as relações sociais, ou seja, estabelecê-la de acordo com sua lógica de desenvolvimento, por meio da organização do trabalho, aproximar indivíduos dos locais mais inóspitos, etnias diversas dialogando, condicionando o arranjo territorial pelas novas empresas que irão surgir, pela concentração de equipamentos específicos junto aos atrativos turísticos, por alterar as condições do ambiente natural.

As Ciências Sociais despontam no recente cenário global, no qual o dinamismo econômico, o avanço da comunicação e facilidades de transporte, possibilitam as relações sociais com maior amplitude. Nesta conjuntura, o turismo se destaca como instrumento deste contexto.

Fenômeno expressivo do modo de produção capitalista, o turismo pode ser entendido como o deslocamento de pessoas pelas mais diversas motivações - lazer, saúde, trabalho, estudo – para local diferente de sua residência permanente, promove contato entre culturas, estimula a economia e altera o meio natural, em maior ou menor intensidade.

O turismo implica impreterivelmente deslocamento, porém há vários focos para sua abordagem, tais como: econômicas, técnicas e sociais. Alguns autores preferem definir o turismo utilizando-se dessas categorias. Para Pellegrini Filho (2000, p.270), o turismo corresponde ao “Complexo de atividades centralizadas em viagem, ou seja, na movimentação horizontal do ser humano, entendendo-se que ele permaneça fora de seu domicílio habitual por mais de 24 horas e retorne àquele”.



Identifica-se um roteiro básico proposto pelo autor: partida, permanência (mais de 24 horas) e retorno.

Para outros autores o turismo está associado a prática social e deve estar desvinculado do trabalho:

O turismo é uma atividade de lazer, que pressupõe seu oposto, isto é, um trabalho regulamentado e organizado. Constitui uma manifestação de como o trabalho e o lazer são organizados, enquanto esferas separadas e regulamentadas da prática social, nas sociedades “modernas”. [...] (URRY, 1996, p. 17),

Ruschmann (2003, p. 13-14) define turismo por meio da permanência, transporte, equipamentos específicos e motivações (que vão do lazer ao trabalho), assim,

[...] uma viagem pode estender-se de alguns quilômetros até milhares deles, incluindo um ou vários tipos de transporte e estadas de alguns dias, semanas ou meses nos mais diversos tipos de alojamento, em uma ou mais localidades. A experiência da viagem envolve a recreação ativa ou passiva, conferências e reuniões, passeios ou negócios, nas quais o turista utiliza uma variedade de equipamentos e serviços criados para seu uso e para a satisfação de suas necessidades.

Ruschmann (2003) remete aos inúmeros fatores da prática da atividade mencionando os diversos elementos envolvidos que serão traduzidos monetariamente. Na sociedade capitalista o que conta é o que pode ser mensurado, imprimindo valor a objetos, serviços e tudo que possa fazer parte de uma experiência.

Reflexo principalmente da flexibilidade econômica e política nos dias atuais, o turismo atua como instrumento de socialização e fomentador da economia, ressaltando culturas, restaurando edifícios de valor histórico e valorizando a natureza. Por outro lado, para o exercício desta atividade promissora é necessário a introdução de equipamento específico, que sustente a permanência do turista, o suprimento de suas necessidades básicas de hospedagem, alimentação, transporte,

além de opções de entretenimento. Desta forma, promove a (re)organização do espaço.

O turismo sobrepõe valor de troca ao valor de uso do espaço. Como dito anteriormente, o espaço é o elo entre relações sociais e a configuração territorial, e o turismo se apropria destas singularidades nas mais diversas localidades para serem comercializadas.

Considerando outros aspectos, a apreensão do turismo sempre teve à frente os interesses econômicos proporcionados pela atividade. As cifras movimentadas no mundo pelo deslocamento de pessoas e a injeção de moeda estrangeira nos países mais longínquos, despertou a necessidade de mão-de-obra especializada para atender estes indivíduos, em hotéis, restaurantes, agências de viagem, parques temáticos, eventos, boates, etc. A atividade turística se organiza desde o século XIX, proporciona facilidades como as de transporte, acesso a meios de hospedagens e restaurantes, favorecendo o deslocamento de um maior número de pessoas pelo globo terrestre com conforto e segurança.

Cada vez mais há a especialização de lugares, desta forma, o lazer se identifica com esta tendência ao configurar e dar funcionalidade ao território para atender à população local e ao turista. Lugares são criados com esta única finalidade, ou são transformados para atender esse mercado em expansão.

Numa situação em que às virtualidades de cada localização estão sempre mudando, instala-se o que bem se pode denominar de guerra dos lugares. Estes não apenas devem utilizar suas presentes vantagens comparativas, como criar novas, para atrair atividades promissoras de emprego e de riqueza. Na batalha para permanecer atrativos, os lugares se utilizam de recursos materiais (como as estruturas e equipamentos), imateriais (como os serviços). E cada lugar busca realçar suas virtudes por meio dos seus símbolos herdados ou recentemente elaborados, de modo a utilizar a imagem do lugar como imã. (SANTOS, 1999, p. 214)

A especialização de lugares para experienciar atividades distintas, tais como: se desligar e perder os vínculos com a rotina através do deslocamento, adquirir novo ânimo para atividades cotidianas, desfrutar de ambiente diferenciado em contato com o meio natural, ou mesmo divertir-se junto a familiares e amigos; enfim, são motivações que irão reivindicar áreas e equipamentos específicos atrelados aos hábitos cotidianos incorporados pela sociedade.

O turismo nasceu e se desenvolveu com o capitalismo. A cada avanço capitalista, há um avanço do turismo. A partir de 1960, o turismo explodiu como atividade de lazer, envolvendo milhões de pessoas e transformando-se em fenômeno econômico, com lugar garantido no mundo financeiro internacional. [...] (MOESCH, 2000, p. 9)

O espaço no sistema capitalista é organizado de acordo com a funcionalidade de mercado, onde os meios de produção estão localizados prioritariamente nos centros urbanos. A atividade turística se aperfeiçoou e está investida das estratégias de mercado para auferir lucros maiores, para atender a exigente demanda, num mercado segmentado e estratificado. Vê-se no turismo uma atividade seletiva e elitista, na qual muitos indivíduos são estimulados à sua prática, como alvo de possíveis consumidores, porém, no caso do Brasil e em outros países, poucos podem acessá-lo. O turismo não está ao alcance de todos os indivíduos, porém movimenta cifras de bilhões de dólares no mundo com o deslocamento de pessoas pelos mais diversos motivos. A estratificação social está evidentemente demonstrada nas diversas formas de acesso ao turismo ou não. Atividade estratificada, acessível à mínima parcela da população de dimensões sociais, ambientais e econômicas. Na sociedade do lucro, a economia é direcionadora das ações dos homens, logo, atua na organização do espaço.

O turismo como expressão da economia global, reformula a configuração e as práticas territoriais, comercializa não somente bens e serviços, mas também “atributos” intangíveis e incalculáveis, como cultura e paisagem.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O espaço é resultado das ações do homem e de suas técnicas criadas para produzir e sobreviver, por sua vez solicitada pelo âmbito econômico. A ação é direcionada e consciente, por isso, as conseqüências são diretamente resultantes de suas decisões e de sua atuação sobre o meio ambiente ou objeto geográfico.

A organização espacial se restabelece continuamente sendo reflexo das ações do homem no meio, ou ainda, segundo Corrêa (1995, p.28) “uma materialidade social”. A dinâmica do espaço evidencia novos objetos de estudo nas relações entre os homens e suas atuações nas modificações no meio natural, reconfigurando e aprimorando seu habitat.

O turismo é passado, presente e futuro de uma sociedade global. A dimensão do turismo acarreta alterações irreversíveis ao meio onde se desenvolve. Como agente organizador do espaço, a atividade é de proporções econômicas, sociais e ambientais amplas, corriqueiramente tardiamente reconhecidas.

O espaço concebido e entremeado pelas relações sociais e configuração territorial, ou seja, as formas; é particularmente ímpar, independentemente da dimensão abordada. Categorias da Geografia como lugar, paisagem, território são enriquecidas pelas novas condições estabelecidas pelo homem nesse espaço.

A organização do espaço está diretamente condicionada ao homem, que por sua vez buscou por meio da compreensão do lazer e turismo ressaltar a implicação da ênfase dada a esses fenômenos sociais na sociedade moderna.

O uso do espaço para o lazer e turismo estabelece uma lógica na configuração territorial e aliado ao homem que desempenhará novas relações naquele ambiente específico vinculado ao seu objetivo de deleite e prazer.

O lazer é amplamente ressaltado como prática essencial à vida humana aliada a qualidade de vida. Compreendido como atividade deliberativa individual, proporciona prazer. Incluso nesse tempo prático e passível de satisfação, o turismo se apresenta como uma de suas faces, admitindo-se suas repercussões econômicas, sociais e físicas imensuráveis. Descarta-se qualquer possibilidade de envolvê-los em sua totalidade e amplitude.

O entendimento do lazer enquanto expressão do homem moderno e suas conseqüências sobre o uso e apropriação territorial em vista dos padrões de consumo na sociedade capitalista remete a produção do espaço para que se apresenta como nicho de apreensão cada vez mais enriquecedor à medida que adquire novas faces condicionadas pela sociedade global.

## REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço urbano**. São Paulo: Ática, 1995.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

\_\_\_\_\_. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

GAELZER, Lenea. **Lazer: benção ou maldição?** Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1979.

GUTIEEREZ, Gustavo Luis. **Lazer e prazer**: questões metodológicas e alternativas políticas. Campinas: Autores Associados, 2001.

MOESCH, Marutschka Martini. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

OURIQUES, Helton Ricardo. **A produção do turismo**: fetichismo e dependência. Campinas: Alínea, 2005.

PELLEGRINI FILHO, Américo. **Dicionário enciclopédico de ecologia e turismo**. São Paulo: Manole, 2000.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. Geografia do turismo: novos desafios. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (Org.). **Turismo**. Como aprender, como ensinar. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2001. p. 87-122.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 10. ed. Campinas: Papius, 2003.

SANTOS, Milton. **Espaço e método**. 1. ed. São Paulo: Nobel, 1985.

\_\_\_\_\_. **Metamorfoses do espaço habitado**. Hucitec: São Paulo: 1988.

\_\_\_\_\_. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

SPOSITO, Eliseu Savério. **Geografia e filosofia**: contribuição para o ensino do pensamento geográfico. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

URRY, John. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel, 1996.