

Urbanização Turística: esboço para a definição de uma categoria do espaço social¹

Tourism urbanization: draft for the definition of a category of social space

Pedro de Alcântara Bittencourt César²

Resumo

O presente trabalho busca, através da análise dos aspectos espaciais, apresentar um aporte metodológico para a reflexão sobre a prática da atividade turística. Para fundamentá-la, embasa-se no estudo da teoria social. Assim, remete-se ao processo de urbanização, como categoria de análise, observando seus valores expressos na malha urbana de Caxias do Sul. Aprecia-se como os equipamentos urbanos do cotidiano sobressaem, com características tipicamente definidas, para a prática da visitação turística. Através das estruturas de hospitalidade, inicia-se uma reflexão dialética dos contrastes na definição do espaço turístico da cidade. Condição esta que, deslocando as categorias tradicionais de pesquisa, referencia uma forma de abordagem do espaço social produzido para a visitação turística.

Palavras-chave: planejamento turístico; urbanização turística; análise social do espaço turístico; urbano; planejamento.

Abstract

This study aims at providing a methodological approach to research in tourism, through an analysis of spatial features. In order to base it, social theory is studied. Therefore, this article refers to the process of urbanization, as a category of analysis, examining its values, expressed by the urban fabric of Caxias do Sul. It addresses how the urban facilities for daily life stand out, with their typically defined features, regarding tourist activities. By analyzing hospitality facilities, a dialectical study is conducted, focusing on the contrasts that define the tourist space of the town. This condition, while displacing the traditional research categories, references a way of approaching the social space produced for tourism.

Keywords: *tourism planning; tourism urbanization; social analysis of the tourist space; Urban; Planning.*

¹ Resultado parcial do Projeto: Territorialidade de turismo: formulação de uma matriz sustentável do planejamento turístico regional, junto ao Programa de Pós-Graduação em Turismo (Mestrado), realizado no Núcleo de Estudos Urbanos do Centro de Artes e Arquitetura da Universidade de Caxias do Sul.

² Arquiteto, Especialista em Planejamento turístico, Mestre em Turismo e Doutor em Geografia (USP). Professor titular do Centro de Artes e Arquitetura e do Programa de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul. Email: pabcesar@ucs.br.

1. Introdução

Objetiva-se reconhecer parâmetros epistemológicos fundamentados nas transformações do espaço social por meio da atividade turística. Adotam-se, como objeto de análise, as estruturas urbanas resultantes das transformações espaciais geradas pela visitação em Caxias do Sul (RS). Define-se esta relação como urbanização turística.

A valoração das categorias, existentes nas áreas urbanas e rurais onde ocorre visitação, apresenta uma série de dificuldades. O estabelecimento do estatuto dessas categorias internas envolve lógicas complexas. Nesta pesquisa, busca-se reconhecer suas contradições socioespaciais. Condição, por exemplo, apontada por Nicolas (1999), ao observar que o tempo de produção está associado a uma relação familiar como célula social, o que se contrapõe com o sujeito, na reprodução do turismo, definida por mais condição. Assim, altera-se a percepção metodológica comumente adotada nas ciências sócias para o reconhecimento dos fenômenos envolvidos com a visitação turística.

O turismo tem como aspecto fundamentado em uma relação individual (NICOLAS, 1999). Tal perspectiva contrasta com o momento de produção baseado em valores sociais. Entretanto, de fato, nota-se uma condição social na prática de atividades relacionadas com a recreação, a contemplação. Sabe-se que as dificuldades de compreender os aspectos socioespaciais do turismo podem ser visualizadas nas *“diferenças entre a lógica do lazer e da produção [que] se encontram – em nossa opinião – como base da especificidade do espaço turístico”* (NICOLAS, 1999, p.39). Desta forma, ao se alterar a categoria de análise da produção social, de suas resultantes de ocupação temporal na produção, para a materialização espacial da mesma, busca-se uma base de análise que tenha categorias análogas, para estabelecer base de comparação e validação. O entendimento do turismo fundamenta-se nas contradições das relações cotidianas e de produção. O turismo, como atividade essencialmente espacial, produz espaço.

Ao se produzir espaço, entre outras consequências, definem-se materialidades. Essa condição inicial constitui-se como base para a edificação para o morador, sujeito da relação urbana. No seu contraste, identifica-se o visitante, agente que se desloca e se apropria, temporariamente, deste espaço. Embora por ações efêmeras, este, ao romper o cotidiano, define novos “rastros”.



Cria e contribui para a elaboração de novas relações espaciais, que são fundadas da urbanização turística. A atividade turística justifica novos arranjos espaciais.

Sua compreensão e reconhecimento, por muito tempo, têm sido focados em abordagens estruturalistas. Não como contexto, mas como ferramenta de método. Dessa forma, observam-se as condições de funcionamento da localidade que a diferenciam e engendram o sistema produzido para os moradores e contrapõe na que viabiliza a hospitalidade e o lazer ao visitante. Entretanto, quando se busca um rigor nos procedimentos metodológicos, sua formulação encontra-se, entre a apropriação dos dois grupos (moradores e turistas), condição hoje menos específica, sendo uma fronteira de difícil reconhecimento. Torna-se, assim, a distinção de seus limites o desafio da pesquisa. O visitante se apropria do espaço, para práticas e consumos, reproduzindo-o. Nele, desenvolve-se a produção de capital pela produção do local como mercadoria.

Nota-se que a sociedade atual, definida como sociedade pós-moderna (MULLINS, 1991; SOJA, 1993; GOTTDIENER, 1997), tem seus hábitos alicerçados na atividade de consumo. Esta condição se contrapõe com a etapa anterior do processo capitalista, que se alicerçava na produção (MARX, 1991, p.10).

Na atividade de consumo, observa-se que são incorporados novos hábitos sociais. Deste modo, a prática social familiar apropria-se da estrutura gastronômica, tornando-se comum no cotidiano de muitas pessoas como extensão de suas residências. Esse modelo, anteriormente definido como valor do visitante, que detinha tal relação de consumo, é apropriado pelo morador. Assim, atividades previstas para grupos específicos, como os visitantes, entre outras atividades pontuais, que definiam práticas exclusivas, rompem seus limites. Todos esses fatores dificultam o reconhecimento dos limites epistemológicos do objeto de análise.

Tradicionalmente, a gastronomia, a hospedagem e o consumo de lazer e de produtos específicos do local definem a formação de espaços para o turismo. Esses têm, com sua prática, a elaboração de lógicas próprias de reprodução de suas representações espaciais. Entretanto, na sociedade de hoje, os valores de troca da sociedade estabelecem uma lógica complexa de consumo de produtos e serviços. Os hábitos de hospitalidade urbana não são mais exclusivos ao visitante.



Outra questão se refere ao consumo dos espaços de lazer. Esses locais também são incorporados, cada vez mais, como locais utilizados no cotidiano citadino. Nos aglomerados urbanos, áreas de recreação, de lazer e de consumo esporádico para passeio e contemplação natural ou cultural também são apropriadas e expandidas, adquirindo valores de troca. Todos esses valores diferenciam as formas urbanas, que têm estágios específicos de incorporação de distintos processos. Entretanto, pode-se facilmente reconhecer a cidade, “*em cada uma das diferentes etapas do processo histórico, [que] assume formas características e funções. Ela seria, assim, em cada época, o produto da divisão, do tipo e dos objetos de trabalho, bem como do poder nela centralizado*” (CARLOS, 1979, p.53). Destarte, hoje, a difusão das relações funcionais caracteriza a cidade contemporânea.

Nas localidades atuais, principalmente, naquelas com hábitos fundados na produção pós-fordista, a visitação, com suas práticas de hospitalidade e lazer, confunde-se, assim, com a prática cotidiana. O visitante e o morador utilizam restaurantes, atrativos, etc., o que leva à dificuldade de compreensão por uma visão pragmática de valores quantitativos.

2. Procedimentos Metodológicos

Analisa-se a localidade a partir das relações como espaço urbano. Tal conceito é adotado tanto na Geografia Urbana (LEFEBVRE, 1974; SANTOS, 1985, 2004; SOJA, 1993), como na Sociologia e no Planejamento Urbano e Regional (CASTELLS, 1998; SASSEN, 1998). De tal modo, o estudo dos espaços produzidos apresenta-se como valor conceitual profícuo para o entendimento das práticas de visitação – turística ou não, por meio das transformações sociais que, por oposição, sustentam uma metodologia de base histórico-genética (LEFEBVRE, 1986).

Parte-se das considerações de Nicolas (1999), que aborda a necessidade de reforçar as oposições entre fenômenos que elaboram as categorias para compreender a atividade turística. Ao utilizar abordagens das ciências sociais, reconhece-se que a “*lógica do trabalho estabelece categorias sociais muito claras (...), mas, no turismo, a localização social relaciona-se ao processo de consumo*” (NICOLAS, 1999, p.42). Assim têm-se, de um lado, as relações urbano-sociais sustentadas nas relações familiares e de produção e, no outro extremo, o

deslocamento espacial como criação de novas práticas sociais, fundamentadas na perspectiva de indivíduos em grupos diversos (efêmeros) e no seu consumo.

Entretanto, sustentam-se, inicialmente, os conceitos em bases estabelecidas, para, posteriormente, avançar. Tem-se que “*o acordo entre Sujeito e o Objeto deverá ser estabelecido progressivamente: o conhecimento deve ser analisado de um ponto de vista dinâmico (na sua formação e em seu desenvolvimento) ou diacrônico, que dizer, em sua estrutura evolutiva*” (JAPIASSU, 1992, p.28). Fundamenta-se nas lógicas do espaço (SANTOS, 1985), na categoria urbanização turística (MULLINS, 1991) e nos valores estabelecidos da produção social de espaço (LEFEBVRE, 1974). Cria-se, assim, condição para realizar uma exploração preliminar da cidade. Identificam-se áreas de localização das unidades hoteleiras, e outras condições de hospitalidade e de lazer. Desenvolve-se, desta forma, uma análise sobre um espaço concreto, embora se utilizem recursos cartográficos, para compreender melhor seus valores localizacionais e sua relação com diversos fatores e relações urbanas.

A tipificação ideal de suas práticas, que remete à geografia urbana tradicional, como se discutirá adiante, cria hiatos na definição do dimensionamento do objeto. Tal panorama leva a supor a necessidade de uma análise por um cruzamento de valores tradicionais estruturalistas e o reconhecimento dos valores simbólicos adotados na dimensão cotidiana (BOURDIEU, 2003; CÉSAR, 2007). Tem-se como referência teórico-metodológica que o consumo, nas relações das práticas cotidianas, molda e é moldado pelas novas formas espaciais para suas práticas. Trata-se de lógica de estudo de grande complexidade, com relação à questão da inserção do visitante e suas conseqüências na formação deste espaço. Porém, espera-se superar tais questões na caracterização dessas representações da urbanização turística, com a fundamentação das formas espaciais da visitação.

Quanto a sua maneira de análise, têm-se duas questões levantadas: a ilusão da opacidade espacial e a ilusão da transparência, a partir da tese de que os espaços são espaços ilusórios. Na superficialidade, encontra-se a base da mensuração, das abstrações cartesianas e de um materialismo oriundo da relação físico-social. Esta perspectiva, embora agregue valores na acumulação de dados precisos, entretanto, substitui a explicação social por aparências. Na ilusão da transparência, reduz-se a construção mental e o espaço social funda-se no espaço

mental dos fenômenos, que difere nas formas e pode não constituir uma cientificidade. Tais questões fizeram Soja (1993) propor a fusão de análise com “*o reconhecimento de que a vida social é materialmente constituída em sua geografia histórica, de que as estruturas e as relações espaciais são as manifestações concretas das estruturas e relações sociais que evoluem no tempo, seja qual for a modalidade de produção*” (SOJA, 1993, p.156).

O espaço é uma construção social em todas as suas dimensões. Essa descoberta significa que o que se considera, atualmente, acidental ou epifenomenal, a produção do meio ambiente, deve tornar-se um objeto dirigido do pensamento social. Assim, a transformação da sociedade deve ser feita através de uma criação consciente de novas relações sócio-espaciais que vinculem a transformação da obra à transformação da vida da comunidade (GOTTDIENER, 1997, p.28).

Analisa-se as estruturas espaciais “*vinculadas diretamente às transformações da sociedade produzidas pelo esforço de acumulação de capital e pela luta de classes*” (GOTTDIENER, 1997, p.125). Entretanto, a análise das relações espaciais e as relações de classes da sociedade são consideradas categorias distintas. Porém, ao aprofundar esta relação, sabe-se que “*o espaço não pode ser reduzido apenas a uma localização ou às relações sociais da posse de propriedade – ele representa uma multiplicidade de preocupações sociomateriais*” (LEFEBVRE, 1974, p.127). O espaço, um local fisicamente definido, também é uma liberdade essencial e uma expressão geográfica. Tais condições possibilitam engajamentos em ações sociais, produzem e compõem forças sociais, tornando-se, também, produto. Assim, propõe-se um estudo das relações do espaço com o turismo, baseado na análise do espaço social (NICOLAS, 1999). Entretanto, nesta abordagem, diferencia-se a lógica do lazer da lógica da produção, uma vez que a criação desta relação envolve elementos conflitantes. O turismo se define como uma prática social coletiva que interage com o espaço, através do deslocamento, embora seja uma prática geradora de atividade econômica. O lazer representa uma relação espacial que envolve as relações cotidianas, tradicionalmente. Já o turismo não possui categorias, em uma lógica sociológica marxista, por sua relação de reprodução que não se baseia na rotina da vida cotidiana. As duas apresentam, entretanto, uma base dialética entre tempo de produção e tempo-livre. O turismo, para a população receptora, constitui momento de reprodução social, muitas vezes. As leis espaciais da atividade de produção e reprodução

do tempo cotidiano se constroem diferentemente da lógica da visitação, com lógicas de criação e recriação diferenciadas da clássica.

3. Reformulação Espacial: uma teoria social baseada na visitação

O estudo da formação e tipificação do espaço geográfico remete a uma importante categoria na compreensão do espaço e da sociedade. Espera-se, assim, reconhecer o estatuto social na constituição do seu ambiente. Sua abordagem vem da necessidade de fundamentar a atividade turística por valores que confirmam sustentação física e social. Desse modo, torna-se importante qualificar suas diversas lógicas. Assim, apesar de não ser o objeto referencial deste trabalho, seu entendimento está diretamente relacionado à análise em questão.

Busca-se, então, conceituar o espaço e a inserção da atividade turística. O entendimento de sua dinâmica espacial favorece o reconhecimento e limitação da atividade como fator econômico, social, cultural e ambiental. Dessa maneira, sua definição se referencia, principalmente, nas observações e estudos de Milton Santos. Não se espera, entretanto, minimizar suas complexas relações, mas, somente, apresentar alguns aspectos para reconhecer sua dimensão e os objetos espaciais.

Sabe-se, também, que, quando se produz, produz-se algo (SANTOS, 2004, p.149). Estabelece-se a produção humana das relações de uma dada sociedade, com sua história, estrutura e formas, que são formas-conteúdo que influem no curso de seu processo, participando da dialética global da sociedade (SANTOS, 2004, p.189) e definindo os arranjos sociais e culturais.

Quando se refere ao espaço considera-se este:

Como um conjunto indissociável de que participam, de um lado, certos arranjos 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 isso: um conjunto de formas, conteúdo cada qual fração da sociedade em movimento. As formas, pois, têm um papel na realização social (SANTOS, 1997, p.26-7).



Ele pode ser compreendido por indissociáveis sistemas de ações e de objetos, por diversas relações, engendrado numa lógica totalizadora. Delas, destacam-se inúmeras, tais como as superestruturais que, embora definidas no campo subjetivo, contribuem para a ação constituída de materialidade espacial formada. Produzem-se objetos de suas ações.

Visualmente, o espaço se faz em movimento. Sua temporalidade contribui para se alterar a todo novo evento. A cada nova fase, seu conteúdo e contexto atendem às necessidades produtivas de dado momento. Nele, os modos de produção, que, em um primeiro momento, estabelecem-se sobre as bases pré-existentes, contribuem para alterar suas funções, re-elaborando estruturas. Cada nova relação contribui para definir novos valores e objetos. O ponto inicial da relação de produção se faz na transformação da natureza dita intocável (DIEGUES, 2001). Essa, definida como objeto natural, sucessivamente, é substituída ao ser instrumentalizada (SANTOS, 2004, p.233) por objetos fabricados, técnicos, mecanizados, cibernéticos. Elaboram-se uma segunda natureza – natureza artificial, hoje, frequentemente, por meio técnico-científico-informacional (SANTOS, 2004, p.238). Assim, conhecer a formação do espaço (FES) é conhecer uma dada sociedade, total e fracionada (SANTOS, 2005, p.25). Tal lógica leva a especificidades inerentes à definição de um determinado lugar. Portanto, “*o ‘valor’ de cada local depende de níveis qualitativos e quantitativos dos Modos de Produção e da maneira como eles se combinam*” (SANTOS, 2005, p.28). Cada realidade prática define-se em um dado momento da produção. Realiza-se o momento histórico, configurado por inúmeras significações particulares.

Retrata-se o conceito de espaço por uma epistemologia crítica. Nele, a inter-relação entre sociedade e objetos geográficos se faz em movimento constante e controverso. Todos esses são estatutos importantes engendrados e que se fazem necessários para um entendimento das transformações do espaço para a definição de uma urbanização turística. Aborda-se esta relação ao adotar o conceito de turismo sustentável, numa perspectiva sócio-ambiental. Parte-se da premissa dos conjuntos estruturais indissociáveis na composição de um espaço. Este se constitui por sistemas de objetos e de ações (SANTOS, 1997, p.90). Remete a uma lógica totalizadora imbricada em uma referida construção social, que a reformula nos elementos: a sociedade e os objetos geográficos. Toda sociedade é espacial, assim como, todo espaço é social. Notadamente, uma porção qualquer de espaço não se repete em outras circunstâncias,

espaciais ou temporais. Cada local define suas próprias urbanidades, seu lugar, seu contexto geográfico. Todos esses são valores definidos pela espacialidade específica de um referido local. Cada espaço determinado, com esta combinação, estabelece suas formas e seus objetos geográficos, que também se associam a outro valor, a temporalidade. Nela, o espaço define a evolução social e de formação localizacional, de um dado lugar. Dessa forma, o mesmo espaço geográfico analisado, em um segundo momento, apresenta mudanças, oriundas de transformação da dinâmica da temporalidade social.

Tal fato foi observado pelo professor Milton Santos, ao afirmar que:

Cada lugar, ademais, tem, a cada momento, um papel próprio no processo produtivo. Este, como se sabe, é formado de produção propriamente dita, circulação, distribuição e consumo. (...) Como os circuitos produtivos se dão, no espaço, de forma desagregada embora, não desarticulada, a importância que cada um daqueles processos tem, a cada momento histórico e para cada particular, ajuda a compreender a organização do espaço (SANTOS, 1985, p.3).

Pode-se acentuar tal relação, ainda mais, com a inserção da atividade turística. Isto se dá por ser essencialmente do espaço e se apresentar como fator de alteração na formação de tais circuitos. Entretanto, parte-se da perspectiva que *“o espaço geográfico deve ser concebido como o produto das relações que se estabelecem entre a sociedade e os meios circundantes”* (CARLOS, 1979, p.28), ou seja, não preconcebido e, sim, produzido com as relações sociais, por um processo histórico de acúmulo cultural. Baseia-se na análise da ‘produção social do espaço’ desenvolvida por Henri Lefebvre (1974), remete-se à análise de Soja (1993) e de Gottdiener (1997).

O filósofo francês Henri Lefebvre (1974) contribui com o entendimento do espaço social, tendo desenvolvido a teoria da produção social do espaço. Marco conceitual, esta abordagem estuda a prática espacial, a representação espacial e o espaço de representação, entre outras relações e estatutos. Desta forma, a prática espacial engendra produção e reprodução de localidades com seus respectivos grupos e características espaciais. Assegura, assim, continuidade e algum grau de coesão. Em termos espaciais e sociais, cada membro de uma dada relação, social e espacial, agrega um nível de competência e de desempenho, como abordado por Noam Chomsky, de uma forma não implícita, subordinando a uma teoria do

espaço lingüístico (LEFEBVRE, 1974, p.33). A sociedade externa-se relação dual entre produção e reprodução. Essa resulta em proposições e pressuposição de prática social. O espaço se apresenta engendrado entre sociedade e práticas sociais. Toda esta inter-relação se configura por um espaço percebido no cotidiano do trabalho, do lazer, da vida privada, com todas as rotinas e especificidades. A prática social cria distancias e aproximações sociais.

No espaço, engendram-se representações espaciais. Elas estão ligadas às relações de produção e à 'ordem' que essas relações impõem e, conseqüentemente, ao conhecimento, aos sinais, aos códigos e às 'relações frontais' (LEFEBVRE, 1974, p.33). Resulta em um espaço técnico, intelectualizado, artístico, com sua lógica de linguagem e de signos. Este pode ser o espaço abstrato da formação de ideologias, conceitos e de maneiras de externar comunicações que interiorizam domínios de práticas sócio-espaciais. Concebido pelo profissional do espaço, que o abstrai, transformando em uma relação de compreensão e ideologia, resulta em processos de mudanças entre domínios e dominadores. Sua concepção se estabelece em amálgamas de compreensões e de ideologias.

Os espaços representacionais encarnam simbolismos complexos. Esses são, às vezes, codificados, às vezes não, podendo se unir ao lado clandestino ou subterrâneo da vida social, como também a arte (que pode vir, eventualmente, a ser definida menos como um código espacial que como um código espacial representacional) (LEFEBVRE, 1974, p.33). Caracteriza-se o espaço vivido na associação de imagens e símbolos com os habitantes deste e neste espaço. Nele, mantém-se uma relação dialética restrita com o intelectual do espaço, através da síntese de suas obras. No espaço das obras concretas, da dominação da imagem e da imaginação de viver, a sociedade se apropria e contextualiza como espaço físico de significados através da simbologia de suas formas, definições de comportamentos e costumes.

Lefebvre afirma que:

Cada modo de produção tem seu próprio espaço particular, a mudança de um modo para outro tem que requerer a produção de um espaço novo. Algumas pessoas reivindicam um status especial para o modo de produção que elas consideram como um sistema fechado ou todo acabado; o tipo de pensamento que está procurando transparência ou substancialidade (LEFEBVRE, 1974: 46).

Pode-se pensar em um templo religioso, por exemplo, a Igreja da São Pelegrino, em Caxias do Sul. Ela representa, antes de qualquer coisa, a mudança de uma representação de espaço, o deslocamento da relação de referência de centralidade da praça central para este novo espaço, eixo de expansão da centralidade e articulação de avenidas radiocêntricas (no imaginário). Em sua representação de espaço, é concebida como a sua ideologia, seus códigos, suas linguagens. Seu estilo é uma síntese neológica, que remete tanto ao romantismo quanto ao poder do estabelecimento na glória do cristianismo. Hoje, representa muitas outras coisas, até mesmo como espaço da modernidade e estética, de valorização do artista imigrante, do contraste entre o institucional, o clerical e as novas formas sociais. Isto remete ao espaço de representação, que, nesta lógica, constitui o vivido, do morador, do visitante, do observador e do observado, em um espaço produzido, em produção social de suas relações entre o material e o espiritual. Nesta relação, os produtores espaciais, aqueles que transformam espaços representando espaços com casas, ruas, cidades, o fazem conforme suas representações, seguindo ideologias, processos. Transferem-se, para o usuário, passivamente, experiências do vivido, imprópriamente impostas, mesmo que, com a produção social, este transforme, reutilize, desterritorialize.

Sabe-se que a compreensão espacial cria uma relação entre emancipação e conscientização política (SOJA, 1993, p.7). Elementos esses que contribuem para o entendimento das práticas sociais e do cotidiano. Na formação da modernidade, a “*ordem espacial da existência humana provém da produção (social) da construção da geografia*” (SOJA, 1993, p.35), no mesmo momento que a lógica temporal se concretiza na construção histórica. Porém, esta nova ordem não é inerente à relação capitalista, mas proporciona uma lógica de reformulação social inserida na relação entre tempo, espaço e modos de produção. Esta tem, como contraponto, o momento anterior, o modernismo. Este período se apresenta como de pouco comprometimento com as questões espaciais. Todo objeto espacial é construção física definida por relações sociais, e hoje, conseqüentemente, urbanas. “*A fonte geradora de uma interpretação materialista da espacialidade é o reconhecimento de que a espacialidade é socialmente produzida*” (SOJA, 1993, p.147).

O turismo consome espaço. Nele, o consumo se desenvolve de muitas maneiras, desde a simples visão da paisagem, até as transformações territoriais para a constituição de

equipamentos turísticos. Essas relações são bases de atrativo e de serviço na reprodução social para a atividade. A criação de categorias de análise deve considerar tais estatutos. Torna-se condição necessária para a sua formação o entendimento dos espaços vividos pelo visitante e as formas que esse e a sociedade transformam para as suas realizações e consumo.

4. Caxias do Sul: de colônia a centro industrial - início de uma análise socioespacial

Caxias do Sul se estabelece em um processo tardio de ocupação espacial. Zona de passagem, embora não rota referencial do sul do país para a região setentrional, tem sua ocupação, produção e reprodução sempre engendradas aos interesses do processo de produção capitalista nacional. Cria-se, assim, uma cidade e uma região como pólo de desenvolvimento produtivo.

Como cidade da era da produção (*fordista*) transforma, ou incorpora, embora lentamente, os valores da era de serviços (*pós-fordista*). Tais valores presentes na relação industrial, de flexibilização produtiva, referência de produção em rede, normalmente, não se refletem nas práticas cidadinas. Na produção, observa-se a instalação de empresas públicas e privadas cooperativas, como as grandes representações comerciais, venda de comércio atacadista e varejista. Tem-se, também, sua estrutura de hotéis de negócio e restaurantes como indicadores. Entretanto, a lógica de consumo, de formação de marcas como referência conceitual e de representação e acentuada reprodução, pouco se estabelece como nas grandes metrópoles mundiais. A estrutura de lazer e recreação e outras formas de entretenimento e serviços diversificados se definem com especificidades locais. A prestação de serviços, principalmente direcionada ao público de outros lugares, além do caxiense, concentra-se no centro da cidade. Esses se direcionam, sobretudo, ao atendimento de necessidades básicas, como de saúde e alimentação. Sobre a planta da locação de unidades hoteleiras, no município, observa-se que estas se concentram na área central da cidade, e, atendem, fundamentalmente, a demanda relacionada com as indústrias da região. O visitante se envolve, principalmente, com os setores industriais, embora o apelo das cidades vizinhas ao lazer relacionado com a etnia italiana, a gastronomia e o vinho crie uma demanda regional. O estudo dessas relações condiciona o reconhecimento da urbanização turística.

Identificam-se, em Caxias do Sul, seis roteiros turísticos. Estabelecidos pela Secretaria Municipal de Turismo são eles denominados *La Città*, Caminhos da Colônia: A Gastronomia Italiana, Estrada do Imigrante, Ana Rech: Um Encanto de Vila, Criúva: Eco - Aventura Gaúcha e Vale Trentino: A História do Vinho. Apesar de todo esse apelo turístico, no município, os equipamentos e serviços estão localizados, sobretudo, no centro da cidade. Tal condição se justifica, principalmente, ao observar que a força de atração ao município está mais relacionada às indústrias do setor metal-metalúrgico e à condição de cidade sede regional.

A cidade apresenta, como dito anteriormente, uma concentração dos equipamentos na área central, no entorno da praça da Igreja Matriz (Praça Dante). A região próxima dos pavilhões da Festa da Uva e do campus da Cidade Universitária forma uma centralidade menor.

A presença do aeroporto regional da serra gaúcha reforça a centralidade. Este possibilita acesso às regiões turísticas, por rodovias, e à estrutura de equipamentos de lazer e serviços diversificados.

5. Considerações finais

Busca-se, inicialmente, fazer a análise da visitação turística sob a ótica da distribuição espacial. Assim, pensa-se na formulação de categorias pouco ortodoxas, porém, considera-se que todo espaço social tem valores simbólicos. As práticas sociais sobressaem em relação a esses valores de representação espacial.

A urbanização engendra lógicas, no cotidiano, para o assentamento e a permanência da sociedade sobre um determinado espaço. Esta condição se associa à criação da vida, do cotidiano, das formas de mobilidade sociais verticais e horizontais. Constata-se a urbanização turística pelas transformações do espaço apropriado pelo visitante. Embora em trânsito, em condições como de definição de fluxos pela cidade, o visitante colabora para definir uma sociedade de consumo e um cotidiano de acolhimento temporário. Histórica e socialmente definida, essa categoria em permanente transformação, nas contradições, justifica a formação de novas centralidades regionais.



As mudanças de hábitos na cidade envolvem relações dinâmicas que configuram novos valores, ligados à hospitalidade. Essa questão, de aparente simplicidade, tem suas contradições eminentes na própria condição de reprodução de capital. Tal condição propicia a definição de um novo modelo de reprodução espacial do turismo baseado no desenvolvimento econômico do local. Define-se, desse modo, uma urbanização turística.

Referências

- BOURDIEU, Pierre. 2003. *A economia das trocas simbólicas*. 5ed. São Paulo: Perspectiva.
- CARLOS, Ana Fani Alessandro. 1979. *Reflexões sobre o espaço geográfico*. Mestrado, FFLCH/DG-USP. São Paulo.
- CASTELLS, Manuel. 1998. *A questão urbana*. São Paulo: Paz e terra.
- CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt. 2007. *As representações do espaço arquitetônico: uma proposta metodológica aplicada ao centro histórico da cidade de São Paulo*. Tese de doutorado. DG-FFLCH-USP, São Paulo.
- DIEGUES, Antonio Carlos Santana. 2001. *O mito moderno da natureza intocada*. 3ed. São Paulo: Hucitec.
- EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo. 2003. *Levantamento de portão de entrada de turistas nacionais e estrangeiros*. Apostila, Brasília.
- GOTTDIENER, Mark. 1997. *A produção social do espaço urbano*. 2ed. São Paulo: Edusp.
- JAPIASSU, Hilton Ferreira. 1992. *Introdução ao pensamento epistemológico*. 7ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves.
- LEFEBVRE, Henri. 1974. *The production of space*. Oxford & Cambridge: Blackwell.
- _____. Perspectiva da sociologia rural. 1986. In: MARTINS, José de Souza (org.). *Introdução crítica à sociologia rural*. 2ed. São Paulo. Hucitec, p.163-190.
- MARX, Karl. 1991. *Manuscrito econômico filosófico e outros textos escolhidos*. 5ed. São Paulo: Nova Cultural.
- NICOLAS, Daniel Hiernaux. 1999. Elementos para un análisis socio geográfico del turismo. In: RODRIGUES, Adyr A. B. (org.). *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoque regionais*. (2ed). São Paulo: Hucitec, p.39-54.
- SANTOS, Milton. 1985. *Espaço e método*. São Paulo: Nobel, 1985.
- _____. 1997. *Metamorfose do espaço habitado*. 5ed. São Paulo: Hucitec.
- _____. 2004. *O espaço dividido: Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*. 2ed. São Paulo: Edusp.
- _____. 2005. *A urbanização brasileira*. 4ed. São Paulo: Edusp, 2005.
- SASSEN, Saskia. 1998. *As cidades na economia mundial*. São Paulo: Studio Nobel.

SOJA, Edward W. 1993. *Geografia pós-modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica*. Rio de Janeiro: Zahar.

Recebido em: 06/12/2009

Aprovado em: 17/06/2010