

Dialética da apropriação/negação: tentativas de interpretação das relações entre o espaço e o turismo

Luís Augusto Severo Soares*

Resumo

O artigo trata do processo dialético de apropriação/negação do espaço utilizado pelo turismo, entendendo-o como um movimento vinculado às formas de interpretar e promover o uso do espaço como um meio para a realização da prática turística. Para tanto, em um primeiro momento, se relaciona parte dos valores e significantes necessários à conceituação de espaço social e se estabelece um breve diálogo com algumas das considerações apresentadas por Milton Santos, Henri Lefebvre, David Harvey entre outros autores dedicados ao estudo do espaço. Posteriormente, são apresentadas diversas considerações sobre a relação entre o espaço e o turismo tendo a cidade de São Paulo como principal referência. Finalmente, aponta-se a importância de problematizar a forma como o turismo se apropria e, em muitos casos, nega o espaço.

Palavras-chave: Espaço. Turismo. Urbano.

Introdução

Desde os anos de 1980, como destaca Law (2000), o turismo urbano é um dos segmentos mais promovidos pelos municípios interessados em recuperar áreas urbanas degradadas e fomentar novos patamares de crescimento econômico local¹. Uma prática amplamente incentivada pelos municípios requerentes ao posto de núcleo turístico receptivo internacional.

Esta percepção está vinculada à legitimação conceitual produzida e reproduzida nas ações governamentais e nos planos mercadológicos impulsionados pelos supostos benefícios gerados pelo crescimento do turismo urbano. Uma condição que afasta a necessidade da crítica, pois, em muitos casos, a clareza de seus argumentos nubla a visão do observador que em meio às sombras busca interpretações indispensáveis à problematização do turismo urbano, posição em que nos encontramos.

Dessa forma, entendemos ser oportuno problematizar o turismo urbano envolvendo em tal tarefa, ainda que de forma preliminar, a análise de dois pontos centrais, fundamentais

*Mestre em Turismo (UNIBERO) e em Ciências Sociais (PUC-SP). Professor do Curso de Turismo da Universidade Nove de Julho (UNINOVE, São Paulo). E-mail: soares@uninove.br.

na discussão que propomos: a delimitação interpretativa do conceito de espaço entendido como o principal fundamento para a compreensão do espaço urbano e a problematização da forma como o espaço é interpretado e utilizado no turismo. Objetivos de um duplo olhar que, por um lado, reconhece a importância desse segmento e, por outro, observa as simplificações que esse mesmo reconhecimento tende a causar.

Frente a essas ponderações, discutiremos alguns fundamentos necessários para a conceituação do espaço e debateremos, a partir dos resultados de pesquisas realizadas na cidade de São Paulo², como turismo urbano se converte em uma realização que leva a um processo dialético de apropriação/negação do espaço e da realidade urbana.

Para tanto, estruturaremos esse percurso em duas etapas. Primeiramente destacaremos os valores e significantes apresentados por autores que, a exemplo de Milton Santos, Henri Lefebvre e David Harvey, compreendem o espaço como uma matéria social. Nesse ponto, verificaremos uma série de variáveis que são inseparáveis da compreensão do espaço, portanto, necessárias ao debate sobre as relações entre o turismo e o espaço. Em um segundo momento, explicitaremos alguns movimentos específicos do turismo urbano em São Paulo, tendo-os como referências para demonstrarmos como o espaço é empregado nas ações voltadas à promoção do turismo.

Valores e significantes: notas para a (re) definição do conceito de espaço

O conceito de espaço é uma construção teórica que oferece inúmeras orientações interpretativas e, sobretudo entre os geógrafos, representa um amplo campo de debate³. A partir dessa constatação, nos guiaremos por um percurso teórico que busque a expansão dos limites conceituais do espaço, uma visão presente nos estudos que demarcam o espaço como um campo físico contingenciado pela ação humana⁴. Buscamos a tentativa de reconhecer os significantes necessários a sua conceituação, sem delimitá-lo à condição de um objeto dividido em aspectos físicos e humanos, a exemplo dos argumentos apresentados por Milton Santos.

Precavido contra o determinismo e o pragmatismo da especialização do saber, Santos (2008) analisou o espaço como uma matéria formada por um conjunto de objetos e de ações. Apoiado na interpretação da teoria marxista e na tentativa de promover a renovação crítica da Geografia, o teórico contribuiu de forma decisiva para a definição do espaço como um

elemento integrado à dinâmica social que o produz, constituindo-se, portanto, como um sistema que envolve as criações e as realizações sociais interligadas a um sistema de objetos que relacionam o cotidiano, a história e os movimentos humanos, muitas vezes, contraditórios e conflitantes. Assim, o estudioso define o espaço como:

“um conjunto de objetos e de relações que se realizam sobre estes objetos; não entre estes especificamente, mas para as quais eles servem de intermediários. Os objetos ajudam a concretizar uma série de relações. O espaço é resultado da ação do homem sobre o próprio espaço, intermediados pelos objetos, naturais e artificiais” (Santos, 1988, p. 71).

Tal visão, consoante às análises de Lefebvre (2008) e Harvey (1980) enxerga o espaço como um sistema de valores em contínua transformação. Portanto, contraria a lógica que insiste em defini-lo como uma estrutura absoluta e física. Uma visão que nos conduz à percepção do social do espaço sem desviar-se de sua expressão materializada, ou seja: sua forma.

Significa dizer que a concepção de espaço está associada aos movimentos temporais que, de igual modo, revelam as ações sociais formadoras/transformadoras do espaço, considerando-o como uma totalidade capaz de revelar a simultaneidade da história e das distintas maneiras de se relacionar, perceber e agir. Assim, como destaca Lefebvre (2004, p. 112), o espaço não é uma simples unidade material capaz de abrigar as práticas humanas, pois o mesmo é a forma e o receptáculo, o meio que liga a “lógica da forma à dialética dos conteúdos”, o programável aos resultados não esperados, à simetria, à legibilidade e à coexistência dos elementos da ordem e da desordem. Uma matéria que não pode ser descrita por sua materialidade física imediata e perceptível ao olhar distante de seu próprio dinamismo.

O espaço é justamente a formação das ações e objetos que ao longo do tempo se acumulam de forma desigual (Santos, 1982). Ações e objetos que se anulam e se autopromovem, logo, não existem ou se realizam por si. Nele se revelam os tempos e valores vigentes do homem, os descartes estéticos, os objetos derivados das expectativas humanas e até mesmo os conflitos que outrora combateram ou aceitaram as determinações ideológicas de um grupo social.

Tal percepção nos alerta para o fato de que o espaço é dotado de uma intencionalidade, portanto, os sistemas de ações e de objetos que o integram não podem ser dissociados da lógica que o produz. Nessa leitura, o espaço é o resultado:

“de uma história que deve ser concebida como atividade de ‘agentes’ ou ‘atores sociais’, de ‘sujeitos’ coletivos operando por impulsos sucessivos, projetando e modelando de modo descontínuo (relativamente) extensões de espaço [...] As qualidades e ‘propriedades’ do espaço [...] resultam de suas interações (sujeitos), de suas estratégias, seus êxitos e derrotas” (Lefebvre, 2004, p. 119).

Nesse âmbito, é possível questionar se o espaço pode ser percebido quando nos limitamos a enxergar sua materialidade imediata⁵. Ainda nesse contexto, pode-se indagar se o espaço é passível de reconhecimento quando não lidamos com o conjunto das coexistências que a todo o momento desafiam o olhar que insistentemente o vê como algo fixo e acabado. Como lembram Harvey (1980) e Correa (1989), o espaço só pode ser concebido quando lidamos com as transformações ocorridas ao longo do tempo, mudanças que redirecionam o passado e recondicionam o presente. É algo socialmente construído/desconstruído e não um conjunto de fragmentos físicos isolados de um contexto social e, portanto, ideológico. Sem estes elementos, o espaço não possuirá qualquer sentido além do valor estético ou da funcionalidade que se possa validar.

Em sua essência, o espaço é a manifestação das dimensões do viver (Carlos, 2001) que se rebatem em um jogo dialético de estranhamento/reconhecimento, de orientação/desorientação, de preto e branco/colorido e, sobretudo, da maneira como o indivíduo o molda para defini-lo como particular ou comum.

O resultado dessa equação pouco cartesiana é a percepção do espaço como uma realidade derivada da simultaneidade (Lefebvre, 2004) que revela quem o produz, quem o molda, quem se apropria e, conseqüentemente, o direciona, sem deixar de dar valor e sentido às ações e os objetos que o perfazem. Revela, como antes destacado, a intencionalidade das ações que o produzem.

É justamente nesse aspecto que a interpretação do espaço ganha novos matizes, afinal a percepção da intencionalidade e da simultaneidade nos permite afirmar que o espaço não pode ser reconhecido quando se considera que a materialidade física e a concretude do que se vê existem isoladas. Essa percepção realça que o espaço nada tem de absoluto, seu significado está na simultaneidade dos conteúdos, das ações, dos tempos e das relações entre

o que é físico e o que é social. Uma interpretação oposta à hierarquização funcional de atrativos e à fragmentação pragmática que mercantiliza o espaço para vendê-lo como pontos de visita – uma forma de pensar que ocupa amplamente as prateleiras acadêmicas do turismo.

Os limites da interpretação: a dialética da apropriação/negação no turismo

A partir dos conceitos apresentados é possível avaliar muitas das propostas presentes nas obras e projetos turísticos que consideraram o espaço, especificamente o espaço urbano, como um dos principais recursos para a promoção do mercado turístico. Como dito, consideramos o espaço como uma construção social que está além do olhar para o concreto (os prédios históricos, por exemplo), está também nas ações, nos objetos e nas relações entre as ações e os objetos que revelam os conteúdos e os tempos simultâneos, contraditórios e movedições do abstrato, do subjetivo e do relacional.

Diante disso podemos perguntar: como o espaço é interpretado e empregado na promoção e na realização do turismo? Antes de responder é importante lembrar que nossa discussão configura-se como uma primeira aproximação para compreender as relações entre o espaço e turismo e, portanto, não buscamos soluções.

A resposta para a questão apresentada considera a necessidade de um maior debate sobre o tema, mesmo porque a promoção e a realização do turismo no espaço urbano têm se pautado pela aceitação da idéia de que este segmento é uma “oportunidade” para os municípios. A cidade de São Paulo é um exemplo disso, pois nos últimos anos promoveu uma série de projetos⁶ interessados em “capacitar e estruturar a cidade para receber o turista, mudando a mentalidade do empresário de cultura emissiva para uma cultura do receptivo” (Carvalho, 2006, p. 29).

Nesse contexto, o turismo urbano tornou-se uma oportunidade de ascensão econômica e de valorização cultural e histórica condicionada à criação de produtos diferenciados. No caso paulistano, essa condição tornou-se mais evidente no ano de 2008 com o lançamento do “Plano de Desenvolvimento Turístico do Centro da Cidade de São Paulo” que, dentre outros objetivos, destacava a promoção de novos usos para o centro de São Paulo e a elaboração de estratégias de “aprimoramento dos produtos e serviços [turísticos] para

posicionar o Centro de São Paulo competitivamente no cenário turístico da cidade” (SPTuris, 2008, p. 10).

Esse “aprimoramento” reflete a oportunidade de reverter o processo de decadência da área central paulistana que, desde os anos de 1980, tornou-se pouco atrativa tanto para os moradores, quanto para os investidores e empresários locais. Segundo a SPTuris (2008, p. 18), o “resgate do Centro” pelo incentivo ao turismo é um caminho para “incentivar as atividades econômicas, restaurar e preservar equipamentos de interesse cultural, readequar o espaço público, e ampliar a permanência de pessoas no Centro através da adequação e oferta de serviços de cultura, lazer e turismo”.

Configurado por essa percepção, o espaço urbano é transformado em um produto para a promoção do consumo turístico, ou seja, parte de um processo de mercantilização do espaço urbano, este é interpretado e usado pelo turismo afastado da compreensão que considera o conjunto das coexistências históricas, sociais e culturais, pois a idéia de que o mesmo é um produto dificulta sua própria interpretação, uma vez que entrelaça sua compreensão ao pragmatismo característico da elaboração de produtos.

A conversão do espaço em um produto turístico expõe a atrofia que acompanha parte das interpretações citadas, pois não se percebe que essa mesma interpretação conduz a usá-lo como um produto e conseqüentemente, (re) produz os paradigmas que, contraditoriamente, geraram os problemas que se pretendem superar, tais como: a degradação física, histórica e social e o abandono de áreas e práticas sociais que culminam em processos de decadência social e econômica similares às observadas no centro paulistano.

Nessa perspectiva, quando se interpreta o espaço como um produto necessário ao turismo, não só se limita sua compreensão, mas também se submete sua realidade à lógica produtiva, igualmente insuficiente para revelá-lo (Lefebvre, 2004). Desde sua interpretação o espaço está reduzido à racionalidade produtiva, bem como às necessidades e às imposições do consumo turístico.

A simplificação interpretativa e a manutenção da lógica produtiva sedimentam o turismo como uma prática que converte o espaço em um meio para (re) produzir a lógica produtiva, tornando-se, uma prática que se apropria do espaço sem revelá-lo. Um movimento que “toma” o espaço – as ações acumuladas através do tempo, as representações físicas ilustrativas da história, os resultados da lógica econômica e social e os símbolos do tempo

descartado e recuperado nas fachadas – convertendo-o em um objeto incapaz de revelar sua própria realidade. Um movimento que dialeticamente se apropria/nega o próprio espaço.

Ao traçar um panorama das linhas interpretativas do turismo, Ouriques (2005) nos lembra que é preciso transcender a lógica da produção que, via de regra, faz com que o espaço, balizado pelo planejamento turístico, se converta em um produto. Sob essa condição, os projetos de promoção e desenvolvimento do turismo, tal qual propõe a SPTuris, se tornam instrumentos de subordinação do espaço.

Logo, a questão central não é “corrigir o rumo”, mas sim transcender a lógica que reduz o espaço a fragmentos hierarquizados, lidos como atrativos turísticos. Essa condição leva à contínua simplificação do espaço, reduzindo-o à lógica que tão só é capaz de convertê-lo em um recurso do turismo, sendo o próprio turismo, uma prática presa às determinações do produtivismo mercadológico. Tais análises não superam:

“[...] a esfera econômica, isto é, somente pensam a partir da racionalidade da economia. Por isso, tratam da natureza, da paisagem, do patrimônio histórico como recursos do turismo. Aliás, inclusive as ‘populações nativas’ são encaradas como recurso turístico, já que são ufanistas ao elogiar o aproveitamento das ‘tradições culturais’ pelo setor” (Ouriques, 2005, p.90).

Nesse contexto, o espaço é apenas o físico aparente convertido em matéria de consumo. Assim, a coexistência de tempos, a simultaneidade e a intencionalidade das ações, dos objetos etc., se esvaziam e implodem em fragmentos coloridos ou em *souvenires* estilizados, são apenas partes de um todo ainda desconhecido. Um caminho que faz com que o espaço apropriado pelo turismo se torne o alvo de uma negação consentida que faz do mesmo algo fragmentado e desconexo em sua própria totalidade.

Essa condição se reproduz e se revela em duas possibilidades: na primeira, a interpretação e o uso do espaço para o turismo submetem o espaço a um novo presente funcional destituído de relações históricas e sociais, como sugere Harvey (2004), um movimento de “espetacularização urbana”. A segunda possibilidade reflete um movimento de submissão do presente a um passado estanque.

A primeira condição é percebida quando analisamos projetos de “requalificação” e de “qualificação” espacial que, dentre outros resultados, promovem o turismo como um meio para atrair novas dinâmicas econômicas, devidamente ocultadas sob o símbolo da “recuperação” de espaços degradados ou da “valorização” de novas centralidades urbanas⁷.

A submissão a um novo presente cria um novo espaço, uma nova paisagem de alma artificial, nela, o encontro promovido pelo turismo se torna estéril, pois nega a “experiência de alteridade” (Laplantine, 1988) sem validar a vivência do agir que constitui o espaço social.

A segunda possibilidade provém da tentativa de resgatar o passado impondo-o no presente. Exemplo disso são as ações governamentais realizadas no bairro da Luz, em São Paulo. Um conjunto de medidas, iniciadas no ano 2000, para atrair novos negócios e transformar a Luz em um “bairro cultural” (Frúgoli Jr e Sklair, 2009). Ações preocupadas em recuperar e em valorizar determinados aspectos concretos ilustrativos da história em detrimento das dinâmicas existentes no presente⁸. Nesse caso, o turismo se vale de um recorte de tempo materializado e concentrado geograficamente⁹ para fazer do espaço um atrativo.

Nada mais que vitrines, o espaço envidraçado em um passado é afastado de sua própria dinâmica, que seria capaz de revelar as ações e os objetos que o definem como uma matéria social. No extremo, o espaço se torna opaco e quase irreal diante de sua própria realidade, afinal o passado resgatado e ofertado como uma totalidade nem sempre ilustra os conflitos, as transformações e as atuais formas de viver e agir que nele se apresentam.

Assim, as possibilidades derivadas do processo dialético de apropriação/negação geram um resultado similar: a impossibilidade de ter o turismo como uma realização que integre o visitante e o visitado, que em última instância promova o encontro. Nesse ponto retornamos ao princípio de nossa discussão, direcionada à interpretação do espaço: qual é o espaço oferecido pelo turismo?

Talvez seja mais fácil dizer qual é o espaço que o turismo não oferece: o espaço social, das coexistências, da simultaneidade, dos objetos cujo sentido se revelam nas ações que igualmente transparecem nos objetos, como nos lembra Veloso (2006) ao destacar a intrínseca relação entre o patrimônio cultural e a experiência coletiva.

Quando buscamos o passado e o isolamos ou quando criamos um novo presente “requalificando” ou “qualificando” novas formas e funções, antes de qualquer ação, estaremos negando sua realidade, bem como, a possibilidade de enxergar os processos que o constituíram. Visto dessa forma, o espaço oferecido pelo turismo se transforma na legitimação materializada das determinações que definem a prática social do turismo como uma ação de troca realizada em espaços de troca rechaçando a existência de um espaço de uso (Lefebvre, 2008) e a possibilidade do encontro.

A dialética da apropriação/negação resulta da ausência do encontro com o espaço do outro¹⁰, trata-se da negação de tudo que nele se apresenta, seja por fragmentá-lo, seja por defini-lo como algo essencialmente material que, quando muito, se vincula a uma prática social ou um tempo histórico. Se considerarmos o turismo como uma prática social de encontro/desencontro, uma ação sustentada no duplo agir que correlaciona o encontro do visitante com o espaço do outro – *lócus* das manifestações do viver – e o desencontro com seu cotidiano será difícil reconhecer o espaço, afinal este será apenas um fragmento da totalidade que o forma.

Considerações Finais: possíveis relações entre o turismo e o espaço.

Como destacado, a relação entre o espaço e turismo ainda carece de novos debates que priorizem sua problematização, sendo assim, não cabe outra consideração senão a indicação de que os percursos escolhidos para expô-la representam um caminho em aberto, sendo, até o momento, uma possível forma de interpretar o turismo e o espaço por ele utilizado.

Apesar da necessidade de empreender novos e contínuos debates, não se pode deixar de enfatizar a posição defendida nas interpretações e análises aqui apresentadas. Entendemos que os valores e os significados destacados são imprescindíveis para compreendermos que o espaço possui uma dimensão social que nem sempre é considerada no momento de promover o turismo.

Se víssemos o espaço e as consequentes relações estabelecidas com a prática social do encontro derivada do turismo, teríamos a dialética da apropriação/negação apenas como um alerta e não uma condição inquietante e ainda negligenciada. Nesse sentido, é importante lembrar que a dialética da apropriação/negação não decorre da falta de percepção da dimensão social, mas sim da visão pragmática e funcional que acompanha o incentivo ao turismo, uma visão que leva a uma percepção fragmentada do espaço.

Em última análise, a dialética da apropriação/negação do espaço não deve ser reconhecida como uma justificativa para a readequação das metas do planejamento turístico, mas sim como uma possível forma de problematizar o turismo. Portanto, trata-se de uma tentativa de (re) interpretar as relações estabelecidas entre a prática social do turismo e o espaço, cuja essência é o encontro com o outro e com o espaço do outro.

Referencias Bibliográficas

BRAGA, Rhalf Magalhães. O espaço geográfico: um esforço de definição. In: *Revista GEOUSP - Espaço e Tempo*. São Paulo, n. 22, 2007, pp. 65-72.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. *Espaço-tempo na metrópole: a fragmentação da vida cotidiana*. São Paulo: Contexto, 2001.

CARVALHO, Caio Luiz de. Desafios para consolidar um destino turístico: estudo preliminar de São Paulo. In: *Turismo em Análise*. São Paulo, v. 17, n. especial, janeiro 2006, pp. 24-35.

CORRÊA, Roberto Lobato. *O espaço urbano*. São Paulo: Ática, 1989.

FRUGOLI JR, Heitor; SKLAIR, Jessica. O bairro da Luz em São Paulo: questões antropológicas sobre o fenômeno da *gentrification*. In: *Cuadernos de Antropología Social*. Buenos Aires (UBA), n. 30, 2009, pp. 119-136.

HARVEY, David. *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume, 2005.

HARVEY, David. *A Justiça Social e a Cidade*. São Paulo: Hucitec, 1980.

HARVEY, David. *Espaços de Esperança*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

LAPLANTINE, François. *Aprender Antropologia*. São Paulo: Brasiliense, 2005.

LAW, Christopher M. *Urban Tourism: Attracting Visitors do Large Cities*. Londres: Biddles, 2000.

LEFEBVRE, Henri. *A revolução urbana*. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

LEFEBVRE, Henri. *Espaço e Política*. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

MELO, Matilde Maria Almeida. *Da cidade Ideal à Cidade Intencional*. Cidade ABC. A utopia colaboradora. 2001. 256 p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), São Paulo.

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

SANTOS, Milton. *Pensando o espaço do homem*. São Paulo: Hucitec, 1982.

SANTOS, Milton. *Técnica, Espaço, Tempo: globalização e Meio Técnico-científico-informacional*. 5ª ed. São Paulo: EDUSP, 2008.

SANTOS, Milton. *Metamorfoses do espaço habitado: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia*. Hucitec: São Paulo, 1988.

SÃO PAULO TURISMO (SPTuris). *Plano de Desenvolvimento Turístico do Centro – Inventário da Oferta Turística*. São Paulo: SPTuris, 2008.

SOARES, Luís Augusto Severo. Turismo em São Paulo: o que está além do centro expandido? SEMINÁRIO NACIONAL DE PESQUISA, 4, 2010. São Paulo. *Anais do IV Seminário Nacional de Pesquisa*, São Paulo: Universidade Nove de Julho, 2010. CD-ROM.

VELOSO, Maria. O fetiche do patrimônio. In: *Habitus*. Goiania, v. 4, n. 1, jan/jun. 2006, pp. 437-454.

¹ Nas diferentes obras que discutem a expansão do turismo urbano é comum encontrar referências à recuperação e a “turistificação” de áreas antes utilizadas como suporte a outras atividades econômicas. Fato que leva muitos estudiosos a problematizar os efeitos gerados pela promoção do turismo urbano sobre o espaço, bem como a defesa ao turismo como um meio de recuperação econômica para os municípios antes voltados à produção industrial, exemplo do Grande ABC Paulista (Melo, 2004)

² Referimo-nos aos estudos realizados, entre os anos de 2008 e 2010, com o objetivo de sistematizar e analisar os projetos de desenvolvimento do turismo na cidade de São Paulo promovidos pela São Paulo Turismo (SPTuris), bem como de debater as características do turismo urbano promovido na capital paulistana. O resultado parcial desses estudos é apresentado no artigo *Turismo em São Paulo: o que está além do Centro Expandido* (Soares, 2010).

³ No artigo intitulado *O espaço geográfico: um esforço de definição* (2007) Braga destaca as diferentes linhas interpretativas oferecidas por inúmeros geógrafos, bem como, o constante debate promovido em torno da definição de espaço geográfico que, segundo o mesmo, pode entendido como um vasto campo de aproximações e distanciamentos teóricos que notadamente dividem os estudos geográficos.

⁴ Segundo Braga (2007) é comum encontrar, entre os diferentes estudos da Geografia, obras que defendem a separação entre a Geografia Física e a Geografia Humana e, por consequência, tendem a estudar o espaço separando o físico e do social.

⁵ O termo materialidade imediata pode ser definido, como sugere Santos (1988), como a materialização de um determinado instante temporal de uma sociedade, ou seja, uma paisagem.

⁶ A partir da implantação do *Plano Municipal de Turismo* (2005-2009) a SPTuris estabeleceu uma série de diretrizes para promover o turismo na capital paulista, tendo a consolidação do destino turístico de São Paulo como principal meta.

⁷ Em São Paulo esta condição pode ser observada nos projetos de “requalificação” urbana promovidos nas regiões que hoje recebem a maior parte dos recursos turísticos necessários ao segmento de eventos e negócios, exemplo disso, são os eixos da Avenida Faria Lima-Rebouças e a região da Avenida Luiz Carlos Berrini (Soares, 2010).

⁸ Referimo-nos à reforma da Estação da Luz, a implantação do Museu da Língua Portuguesa, bem como as recentes intervenções nos prédios da Pinacoteca do Estado, Sala São Paulo e Estação Julio Prestes - um conjunto significativo do patrimônio local que, a despeito da capacidade de atrair grandes fluxos de visitantes, encontra-se desconexo a atual dinâmica local caracterizada pelo uso popular e pela apropriação de outros grupos sociais que não só destoam do presente proposto pelas intervenções governamentais, como também, parecem “atrapalhar” a concretização desses mesmos interesses.

⁹ É importante observar que o turismo de São Paulo está maiormente concentrado na região denominada de Centro Expandido (área que compreende os distritos da Região Central, oito da região Oeste, quatro da zona Leste e quatro da região Sul). Esta característica evidencia a valorização de determinadas áreas da cidade em detrimento de outras que não possuam, por seu contexto social e econômico, a infra-estrutura necessária ou um número destacável de atrativos, mas que são fundamentais para representação da simultaneidade do espaço urbano.

¹⁰ Exemplo disso é o tipo de visitação turística existente no bairro da Luz (área central da capital paulista). Apesar da notável presença de atrativos, sobretudo, históricos, o visitante da Luz reduz seu contato a certos pontos do bairro sem se relacionar com a dinâmica local. De forma mais detida, pode-se destacar que o crescente número de visitantes ao Museu da Língua Portuguesa pouco favoreceu o encontro com o bairro, desde a chegada o visitante costuma isolar a visão dos demais usos sociais do espaço do bairro, hoje “requalificado”, como destacam Frúgoli Jr e Sklair (2009).