

# LAZER E ESPAÇO NA CIDADE PÓS-INDUSTRIAL<sup>1</sup>

Adyr Balastreri Rodrigues<sup>2</sup>

Universidade de São Paulo

*A lei do tempo como valor de troca e como força produtiva não se imobiliza no limiar do lazer, como se escapasse miraculosamente de todos os constrangimentos que regulam o tempo de trabalho. As leis do sistema (de produção) nunca entram de férias. Reproduzem incessantemente por toda parte: nas estradas, nas praias, nos clubes, o tempo como força produtiva. O aparente desdobramento do tempo de trabalho e tempo de lazer – inaugurando este a esfera transcendente da liberdade – constitui um mito (BAUDRILLARD, 1995. p.163).*

## Palavras introdutórias

Ao pensarmos a relação entre lazer e espaço a primeira coisa que nos ocorre é questionar a dicotomia consensualmente aceita até muito recentemente entre espaço de trabalho e espaço de lazer. Esta distinção, que marcou fortemente a produção industrial na sua fase fordista, perde significado nos dias atuais. O historiador Domenico De Masi que tem se dedicado a estudar o ócio como um tempo de criação (O ócio criativo) argumenta que nas sociedades urbanas contemporâneas é cada vez mais difícil distinguir o tempo do trabalho de outros tempos.

Há que considerar-se os novos tempos que surgem na chamada pós-modernidade: o tempo dos desocupados (cerca de 20% da população economicamente ativa no Brasil – PEA – encontra-se desempregada – dados do SEADE no primeiro semestre de 2002), dos ocupados na produção flexível, dos empregados em part time, dos que se dedicam ao teletrabalho e o tempo cada vez mais amplo dos aposentados, graças ao grande aumento da expectativa de vida, em escala mundial.

Este fato vem marcando sobremaneira a população brasileira, cuja pirâmide etária mostra-se cada vez estreita nas faixas etárias mais jovens, devido à grande diminuição da taxa de fecundidade e conseqüentemente da natalidade, alargando-se nas faixas etárias mais maduras, devido aos grandes avanços da medicina, principalmente no seu segmento preventivo. No censo de 1991, a população brasileira com mais de 60 anos representava 7,3% do total, cifra que subiu para 8,6% no censo de 2000, correspondendo a cerca de 14.5 milhões de pessoas – um volume

<sup>1</sup> Palestra realizada no III Seminário: "O Lazer em Debate", promovido pelo Centro de Estudos de Lazer e Recreação da Escola de educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais, nos dias 6 a 8 de junho de 2002.

<sup>2</sup> Professora no Departamento de Geografia da FFLCH da USP. E.mail: ryda@terra.com.br

bastante significativo. Previsões para 2020 indicam que este segmento poderá abranger 13% da população, o que corresponde a cerca de 30 milhões de indivíduos, aptos para assumir ocupações, inclusive atividades híbridas que contemplem concomitantemente lazer e trabalho, mesmo que seja voluntário e engajado em projetos sociais.

Conseqüentemente os tempos livres vão assumindo proporções nunca antes inimaginadas – tempo livre diário, semanal, anual e vital. São preciosos "tempos livres" canalizados para as mais variadas funções, de natureza individual ou social: passiva, ativa, criativa, laboral, física ou mental. Os hobbies vão se mesclando às atividades remuneradas na invenção de novas e prazerosas ocupações. Como ressalta De Masi "aprende-se, enfim, a viver a plenitude da vida pós-industrial, feita não só de trabalho cansativo, mas também de ócio inteligente" (DE MASI, 2000. p.305).

### **Lazer - Dificuldades Conceituais em Torno de um Vocábulo Polissêmico**

Os franceses usam o vocábulo lazer de duas maneiras – "le loisir" e "les loisirs". No primeiro caso refere-se a um tempo, ao tempo de ócio e, no segundo caso, às atividades praticadas no tempo liberado ao trabalho. A polaridade entre tempo e espaço, entre tempo livre e tempo de trabalho e entre lazer passivo e lazer ativo vai estar presente em quase todos os textos que pretendem conceituar o lazer. Não desconsiderando as críticas sobre a conotação funcional que freqüentemente é emprestada ao lazer como um feixe de atividades de conteúdo compensatório, como anestésico eficaz contra o suposto mal-estar – freqüentemente generalizado – causado pelo trabalho; como oportunidade de reposição da energia despendida nas atividades produtivas; como canalização do tempo desocupado para atividades sadias, evitando-se com isto a entrega às drogas e ao crime, há principalmente que considerar o lazer como pura fruição, como um direito inalienável, lícito ("licere") inclusive garantido constitucionalmente (Cap. II, artigo 6º da Constituição Brasileira) ou ainda como prática social através da qual se expressam a cultura e a arte.

Tem ainda a conotação de mercadoria, sendo tratado no setor de consumo, tanto nos seus aspectos de consumo consumptivo, como de consumo produtivo (SANTOS, 1996. p.146-147), assumindo neste caso o papel de uma verdadeira indústria. Aqui emergem outras polaridades no tratamento do lazer nas suas interfaces com a produção e com o consumo, ou seja, como tempo e espaço de produção ou como tempo e espaço de consumo. A formatação das mercadorias produzidas e consumidas instantaneamente num parque temático, durante um tempo de lazer, mercadorias estas em grande parte intangíveis, emprestam ao parque temático a conotação de um lugar produtivo, de natureza híbrida, porque tanto a produção, quanto o consumo, são instantâneos e não se esgotam em si mesmos, tratando-se de um consumo produtivo, que tem a função de gerar novos consumos. A tese de doutorado de Eliana Padovani assenta-se nesta matriz teórica, salvo equívoco. A Autora insiste no fato de que sendo o parque temático uma grande vitrina, seu espaço é utilizado para merchandise, promovendo-se produtos diversos.

Esta publicidade é facilmente absorvida pelos frequentadores, que estarão mais receptivos às ações promocionais, pois encontram-se descontraídos e predispostos à diversão. Tomados pela emoção e pela alegria da fruição de momentos mágicos estão consumindo/produzindo. Conclui que "o indivíduo se mantém produtivo, dentro e fora do seu local de trabalho propriamente dito" (PADOVANI, 2002. p.184).

Os detentores dos meios de produção apropriam-se do tempo excedente no trabalho (sobretabalho), repetindo-se o mesmo processo na apropriação do tempo do lazer, quando se reporta ao lazer nos parques temáticos e as horas despendidas em frente à televisão. Javier Echeverría, na sua admirável obra metafórica – Telépolis – observa este fato tanto no lazer normatizado, quanto no turismo massivo, argumentando que "através do consumo produtivo do tempo de ócio logra-se gerar um novo mercado que, dada à grande massa de telepolititas que o compõem como usuários, acaba adquirindo uma envergadura muito considerável. Assim como a televisão e os meios de comunicação estão orientados a tornar produtivo o tempo posterior à jornada laboral, e inclusive as noites, o turismo desempenha a mesma função com respeito aos descansos semanais ou anuais. Ao conseguir que o tempo livre deixe de ser improdutivo, Telépolis descobriu uma nova fonte de riqueza desconhecida para outras culturas, tradicionalmente assentadas na divisão entre tempo de ócio e tempo de trabalho" (ECHEVERRÍA, 1994. p. 93).

O ato do consumo consciente é um ato humano por excelência, segundo o qual o indivíduo busca atender às suas necessidades físicas e biológicas, culturais e estéticas. Neste ato deve-se participar como pessoas inteiras, movidas pela sensibilidade, pela imaginação, pela inteligência e pela liberdade. Porém, num mundo onde predomina a produção alienada, o consumo tende a ser também alienado. Assim a produção em massa tem como corolário o consumo de massa. Quando o trabalho e o consumo são alienados, é difícil evitar-se que o lazer também não o seja. A passividade e o embrutecimento no trabalho repercutem diretamente no lazer. Pessoas submetidas a um trabalho mecânico e repetitivo têm o tempo livre ameaçado pela fadiga, talvez mais psíquica do que física, tornando-se incapazes de relaxar. Provavelmente por isso são atraídas por atividades físicas radicais, por esportes e brinquedos frenéticos, pois parecem buscar compensações violentas que as recuperem da inércia dos sentidos e da emoção.

Tendo em vista este amplo leque de significados e de outros aqui não evocados, não trabalho com um conceito fechado de lazer a fim de evitar reducionismos. No texto ora apresentado o lazer perpassa todo este leque de significados, não desconhecendo que por trás do termo lazer há sentidos nem sempre explícitos, servindo, inclusive, a propósitos os mais diversos.

Porém, a concepção que me fascina desde que comecei a estudar o lazer e o turismo, é aquela que considera o lazer um precioso tempo de encontro do indivíduo consigo mesmo, um tempo de completa entrega, um tempo de meditação e de descoberta. Este é um tempo evitado por muitos indivíduos, porque é permeado pelo terror da reflexão sobre o sentido da própria vida. Considerando este aspecto

Roger Sue (SUE, 1980: p.36) ressalta o medo de se encontrar diante de um tempo desocupado, o medo da vida, a vertigem do tempo livre, porque a idolatria do trabalho foi tão fortemente inculcada na civilização ocidental contemporânea que não se compreende o direito a um tempo descomprometido, que pode ser despendido em pura contemplação. Por outro lado, podemos evocar o preconceito que se origina na tradição judaico-cristã que considera o trabalho como uma maldição divina. Partindo destas interpretações equivocadas de trabalho assume – se, conseqüentemente, posturas também equivocadas sobre lazer, além de concepções altamente preconceituosa sobre ócio. No Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa (Ed. Nova Fronteira/Folha de S. Paulo, 1995) ociosidade tem o seguinte significado: "1. Qualidade ou estado de ocioso, de quem gasta o tempo inutilmente, inatividade ; 2. Preguiça, indolência" (p.462).

Outro fato bastante preocupante que merece ser lembrado é a precarização do trabalho que conduz ao uso do tempo livre para a prática de trabalhos extras ou para o engajamento em outro posto, cujo objetivo imediato é a complementação da renda. Muitas vezes, entretanto, as pessoas não toleram o tempo desocupado. Já se cunhou um termo – "workaholic" – para indivíduos viciados em trabalho, cuja única finalidade da vida é trabalhar. A alienação que roubou das pessoas a detenção dos meios de produção e o prazer do trabalho criativo se irradia para o tempo que deveria ser livre, tornando o indivíduo duplamente alienado. Para Amélia Damiani "o afeto, o desejo, o gozos existem, mas esmorecem diante das necessidades, programações, satisfações. E como mediação estão as novas tecnologias, como os mass medias" (DAMIANI, 1999. p.163).

Parece que com a redução da jornada de trabalho diária, semanal e anual e, conseqüentemente, com o aumento do tempo disponível e a diminuição das oportunidades de convívio social nas grandes cidades, os indivíduos se deparam com um vazio que deve ser preenchido de alguma forma. Cria-se a necessidade imperiosa de evasão. Esta não precisa ser necessariamente a viagem, no seu sentido concreto, ou o entretenimento através de uma determinada atividade. A "viagem" pode se dar por evasão psicológica, através do consumo de álcool ou de outras drogas, ou através da dedicação compulsiva à televisão e à Internet.

### **Os Lazerres Enquanto Práticas Essencialmente Urbanas**

É nas cidades que se aglutinam os equipamentos destinados ao turismo e aos lazeres, estes compreendidos na sua natureza complexa e multifacetada. Para prosseguir esta análise primeiramente há que pensar nas modificações dos tempos de trabalho, assim como nas transformações da natureza do trabalho, que muda de feição com os progressos técnico-científico-organizacionais do mundo de hoje, quase totalmente globalizado.

Ao se definirem as megametrópoles que concentravam grande parte da produção material no auge do desenvolvimento industrial, processo intensificado a partir da segunda guerra mundial, a cidade é alardeada como monstro causador de



estresse. Paralelamente, cria-se a "indústria" do lazer e do turismo que consagra a viagem como a única forma de livrar-se das neuroses urbanas e do cotidiano constrangedor das cidades. Tudo é divulgado como se o trabalho fosse intrinsecamente desagradável e a viagem sempre um passaporte para o prazer.

Vivemos um período marcado pela reengenharia da produção e do consumo de bens materiais em escala global. As categorias até então manejadas por nós já não dão conta da realidade, a começar pelos conceitos de trabalho e de emprego e, com muita força, a emergência das ocupações em todas as suas nuances, remuneradas ou não.

Acompanhando as transformações das formas de produção material, expandem-se enormemente as formas de produção não-material e, conseqüentemente, do consumo não-material, como o lazer e o turismo, produtos criados e ampliados pela sociedade de consumo de massas, processo que leva à ampliação da terciarização, corolário da urbanização. Milton Santos atenta para o fato de que na cidade "há, na realidade, superposição dos efeitos do consumo consumptivo e do consumo produtivo, contribuindo para ampliar a escala da urbanização e para aumentar a importância dos centros urbanos..." (SANTOS, 1996. p.146).

A convivência social que marcava o cotidiano das cidades não metropolizadas e a vida no mundo rural vai se restringindo cada vez mais, sendo substituída por comportamentos individuais, desde as mais tenras idades. O depoimento de um menino de onze anos, que vive num bairro de classe média em São Paulo (Itaim) colhido por PADOVANI (2002, p.106), revela um lado sombrio do relacionamento familiar na grande cidade, denunciando uma triste realidade :

*Quando estou em casa passo a maior parte do tempo no meu quarto. Meus pais trabalham e meu irmão mais velho já está na faculdade; no prédio são poucas as crianças de minha idade, e estudamos em horários diferentes. Então assisto TV 9 canais privados), jogo vídeo game, converso na Internet. Existe a área de lazer do condomínio, mas prefiro meu quarto. Quando meus pais chegam do trabalho, na maioria das vezes já jantei e estou novamente no meu quarto.*

Crescem as atividades de lazer no interior dos lares, dos clubes, dos condomínios fechados. Assistir TV, ver vídeos, escutar, gravar e cantar – com a disseminação dos aparelhos de Karaokê – quase tudo hoje é praticado entre quatro paredes, através de aparelhagem doméstica, que vai desde pequenos aparelhos de som compactos, inclusive infantis, até sofisticados home theaters, ao quais conquistam espaço de gala nos domicílios. O video-cassete e o DVD player têm conquistado o mercado doméstico com grande força de sedução. Uma entrevista com um executivo da Blockbuster, divulgada em junho (2002) pela revista Veja, informa sobre os números de usuários da empresa. O entrevistado diz claramente que as notícias sobre grandes episódios de violência têm um rebatimento direto sobre o aluguel de filmes para serem vistos em casa. O motivo, alega o executivo,

é o de buscar alívio e distração , além do medo de sair para divertir-se fora de casa.

A televisão, símbolo de status na década de 50 e 60 e depois escondida em lares da classe média pseudo-intelectualizada, retorna à sala de estar em grande estilo, acompanhada pelo video-cassete e pelo DVD player. Uma pesquisa publicada pela Folha de S. Paulo (Caderno Mais - 12/ 04/ 1998) exhibe dados sobre a aquisição de aparelhos de TV durante o primeiro período do plano real, onde deu-se uma elevação do padrão de consumo das classes D e E. Segundo esta fonte 6,3 milhões de famílias brasileiras adquiriram seu primeiro aparelho de TV entre os anos de 94 a 97. Se considerarmos uma média de 5 pessoas por domicílio teremos uma cifra de aproximadamente 30 milhões de pessoas como recentes usuários. A mesma fonte informa que foram vendidos no mesmo período 10,7 milhões de aparelhos de som, cifra que o articulista compara à população de Portugal. Haveria que calcular a movimentação astronômica de capital da indústria televisiva, que no final da linha de produção/consumo esbarra nas horas gastas pelos espectadores e jamais remuneradas pelas redes televisivas, considerando as fortunas que são pagas pelas empresas às emissoras nas milionárias campanhas publicitárias.

Assim, a vida privada é marcada cada vez mais pelo medo e pelo enclausuramento. Vivemos uma realidade travestida pelo virtual e pelo simulacro. Desaparece a rua como locus da sociabilidade. Da mesma forma que desaparecem a família e a rua, as relações de vizinhança e de compadrio, tende a desaparecer também o mundo vivido. Observamos assustados um aumento brutal da violência, do terrorismo, do vandalismo. Pesquisas recentes sobre a periferia na metrópole paulistana revelam que a violência é mais freqüente nos bairros onde não existem equipamentos de lazer ativo, intensificando-se nos fins de semana.

Infelizmente e de forma muito rápida observa-se, atualmente, uma democratização da violência que extrapola as áreas de periferia social para as áreas dos estratos sociais mais favorecidos, assustando toda a população, sem distinção de perfil socio-econômico, profissional e etário.

A violência, portanto, está se descolando da pobreza. Não se justifica mais explicar a violência via pobreza, porque atualmente a violência urbana, particularmente no Brasil, está muito ligada ao milionário tráfico de drogas do crime organizado. Mas não é apenas isto, pois observam-se muitos comportamentos patológicos aparentemente inexplicáveis, por exemplo: crimes políticos, crimes no trânsito, conflitos em estádios de futebol, brigas de fundo étnico e racial, terrorismo de fundo político e religioso, brigas sem motivo de gangues, patologias sexuais hediondas. Constatamos profundamente consternados que a comunidade planetária está enferma socialmente. Não são mais as moléstias biológicas que nos ameaçam e nos apavoram. As patologias sociais nos ameaçam igualmente, se avizinham, estão dentro das nossas casas.

O convívio real e pessoal nas grandes cidades vai se enfraquecendo na medida que a nova megavia de comunicação – a Internet – penetra nas empresas, nas universidades, nos lares, nos bares. Os encontros para amizade e namoro,

os bate-papos, os eventos, as confraternizações crescem através da Internet. Os efeitos perversos do mundo globalizado virtual, paradoxalmente doméstico, conduzem a humanidade à solidão. A ciberestrada tornou-se rapidamente o canal de comunicação global. O homem consegue tornar-se onipresente – além de estar em vários lugares ao mesmo tempo, pode interagir, simultaneamente, não só no tempo e no espaço presentes, mas também em espaços e tempos passados e futuros, através da realidade virtual e do simulacro. Os parques temáticos representam um bom exemplo do espaço simulacro transpondo-se, através da alegoria, e sem cerimônia, tempos e espaços distintos, aproximando civilizações e culturas de períodos históricos separados por milênios e por distâncias continentais.

O espaço e o tempo se confundem – o dia e a noite, a semana e o fim de semana, o tempo do trabalho e o tempo do não trabalho, o espaço do trabalho e o espaço do não trabalho. Numa área metropolitana como São Paulo, no período noturno, um grande contingente populacional trabalha para que um número não menos significativo de pessoas se divirta.

Uma outra conotação do período em que vivemos é que os espaços públicos estão sendo privatizados, comportando usos coletivos excludentes e normatizados. É o caso dos condomínios fechados em áreas litorâneas que interdita ilegalmente o acesso às praias que são espaços públicos garantidos legalmente. O mesmo acontece com os hotéis e "resorts" que têm privatizado grandes trechos de praias em todo o litoral brasileiro, sem exceção.

Para fechar esta discussão destaco as observações de Raquel Rolnick, que faz referência à diminuição do convívio nos espaços públicos das cidades:

*Como reflexo destes fenômenos combinados instalou-se na sociedade, em relação à cidade e ao espaço público, uma espécie de agorafobia coletiva. Em um primeiro momento aconteceu a fuga, o não - uso, o esvaziamento da função pública simbólica identitária da cidade; posteriormente, essa agorafobia se transformou em medo, rejeição, pavor do espaço público, porque não se caracterizava mais como protetor, como "conector" e integrador. Pelo contrário, é cada vez mais percebido como um lugar de exercício da violência, porque foi dissolvendo-se o contrato que permitia que a diversidade não se expressasse em violência, e se rompeu a dimensão pública pluriclassista e heterogênea com a criação de guetos, de espaços privativos, fechados e homogêneos" (ROLNIK, 2000. p.183).*

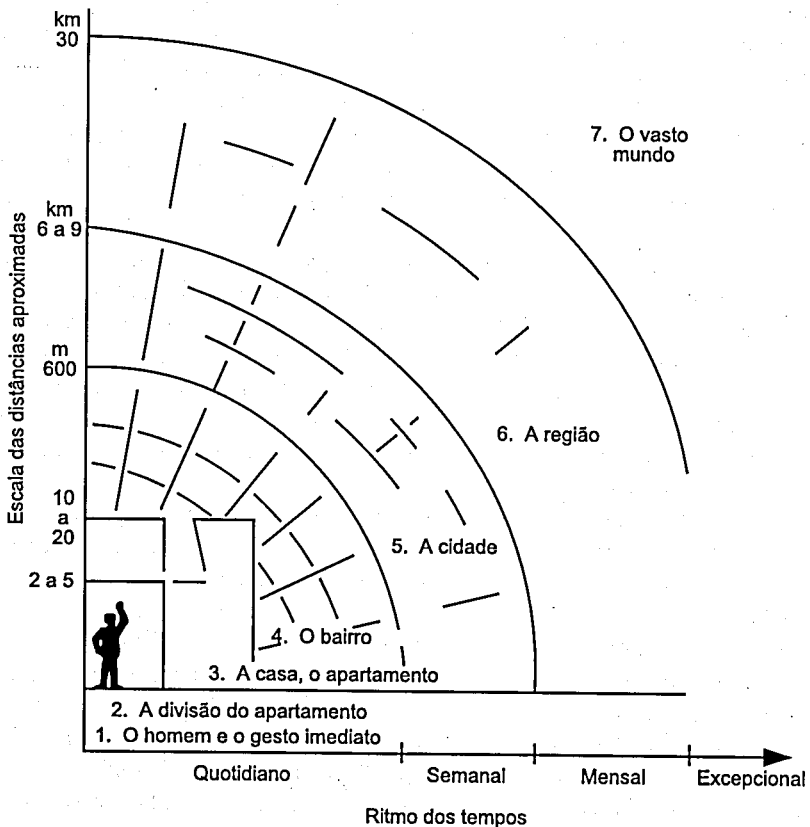
### **Espaços de Lazer sob uma Ótica Geográfica**

Os shoppings centers estão assumindo a função das antigas ruas e praças como locus de sociabilidade, porém são espaços normalizados e segregacionais ditados pelos padrões hegemônicos. São espaços de lazer implantados artificialmente não se vinculando a práticas de construção espontânea da sociabilidade, pelo uso cotidiano e compartilhado. Assim os shopping centers, os condomínios fechados,

os resort, os parques temáticos representam uma fragmentação artificializada das cidades na medida que oferecem lazeres normalizados e excludentes, mediados por práticas sociais desprovidas de sentimento de pertencimento, não expressando vínculos identitários que caracterizam o lugar.

O lugar aqui evocado equívale ao conceito de espaço vivido, do mundo experienciado.

Para Ana Fani A. Carlos o lugar "é a base da reprodução da vida e pode ser analisado pela tríade habitante-identidade-lugar" (CARLOS, 1996.p.20). A conotação de lugar como mundo vivido também aparece na obra de Yu - Fu Tuan no seu livro Espaço e Lugar (TUAN, 1983) onde observa que o lugar é segurança, enquanto o espaço é liberdade. Vivemos no lugar, mas ansiamos vãos mais altos, sonhamos com terras longínquas, com paraísos distantes – imagens construídas pelo imaginário coletivo. Estas reflexões nos remetem ao modelo das conchas do homem (fig. I) metáfora usada por Moles e Rohmer, na conhecida obra: *Psychologie de l' Espace* (apud A Frémont, 1980)



As conchas representam os espaços nos quais nos movimentamos no decorrer da vida. Este modelo trabalha com esquemas cibernéticos da comunicação que consiste em estruturar uma teoria de entorno na qual o centro representa o indivíduo que organiza o espaço segundo uma imagem de mundo. Assim as conchas concêntricas partem do corpo do indivíduo que apreende o espaço irradiado a partir de si.

- A primeira concha corresponde ao corpo humano, à pele que não é simplesmente uma membrana, mas um órgão de contato entre o corpo e o mundo circundante. Comporta também o espaço do gesto imediato – o mundo ao alcance dos braços e das pernas – tudo o que se pode tocar;
- a segunda concha é o espaço do quarto – é o invólucro do corpo – o espaço da intimidade;
- a terceira concha corresponde à casa, ao domicílio - ao lugar onde se está rodeado por seres e objetos familiares – é o lugar privado por excelência, ou pelo menos que deveria ser;
- a quarta concha refere-se ao entorno imediato do domicílio, ao bairro. É o lugar da espontaneidade, do conhecido, do território do face a face, do controle social. Encerra um forte conteúdo de pertencimento. Os bairros urbanos das cidades médias têm a conotação da aldeia, de familiaridade, significa "de dentro" em oposição ao "de fora". É esta concha que corresponde ao sentido do lugar de TUAN. É o espaço da identidade, do protagonismo, das ações vicinais;
- a quinta concha refere-se à cidade, de onde começa o anonimato, onde pode-se ver sem ser visto, onde o controle social inicia seu afrouxamento. Estes espaços vão ampliando os seus raios e, conseqüentemente, perdendo a conotação de lugar para se tornarem espaços regionais;
- a sexta concha corresponde à região, que encerra a noção, do além-familiar;
- a sétima concha refere-se ao vasto mundo, ao mundo do desconhecido, da aventura, da curiosidade, de acordo com a idéia de TUAN (1983).

Evidentemente há que considerar que este modelo refere-se ao espaço francês anterior à década de 1970, cujas características histórico-geográficas compunham um mosaico regional bem definido. Da mesma forma, esta tipologia se reportava às condições socioeconômicas da época, aos hábitos então reinantes, aos deslocamentos de lazer semanais que definem os espaços de lazer peri-urbanos no contexto regional.

### **Necessidade de estabelecer tipologias de espaços de lazer**

Em primeiro lugar há que pensar que o estabelecimento de tipologias não é apenas um exercício acadêmico. As classificações são necessárias para tentar delimitar áreas de estudo e de pesquisa, de definir áreas de intervenção e incentivos para políticas públicas, como diretrizes para financiamento de projetos, para instalação de equipamentos, para o estabelecimento de planos de gestão.

Dando seqüência a esta análise pode-se observar que as atividades de lazer vão ampliando seus espaços – dos lares para áreas mais distantes, no condomínio,

no bairro – geralmente nos shopping centers, nas praças, nos clubes urbanos, nas praias, nos parques públicos. Os espaços contíguos à cidade, geralmente concêntricos, corresponde aos espaços peri-urbanos, principalmente os que circundam as grandes áreas metropolitanas, onde se localizam os loteamentos para segunda residência, os clubes de campo, as represas, as marinas, os pesque-pagues, os restaurantes com apelos rurais, as áreas de proteção ambiental.

Há um limite além do qual não se pode ir de carro e voltar no mesmo dia, sendo desconfortável e cansativo vencer os trajeto de ida e volta em menos de 24 horas. Geralmente este perímetro atinge no máximo um raio de até 100 km., compreendendo um cinturão circunmetropolitano. Deslocamentos maiores já vão configurar atividades turísticas, considerando a demanda externa.

É interessante a classificação do geógrafo Jean-Michel Dewailly (DEWAILLY, 1992, p.30) para os perímetros de lazer envolvendo a "natureza", partindo dos domicílios:

a) a "natureza de vizinhança" - no meio imediato do domicílio, que ele classifica e cotidiano banal, que faz parte do contexto de vida habitual, como as praças públicas, como os espaços verdes urbanos, tais como parques ou "calçadões" onde há equipamentos para caminhadas, muito comuns nas cidades litorâneas brasileiras;

b) a "natureza de proximidade", cujos deslocamentos ocorrem durante os fins de semana, em excursões de um dia, nem sempre se configurando o pernoite. Corresponderiam aos espaços por nós denominados de peri-urbanos;

c) a "natureza de ruptura", longe do domicílio de origem, freqüentemente em outro município, cujos atrativos, geralmente ambientais ou histórico-culturais justificam os deslocamentos.

Esta tipologia também é original porque o autor não se atém à distinção clássica entre urbano, rural e natural, não entrando no mérito das diferenças entre turismo rural e ecoturismo, nem mesmo se preocupando com a distinção entre lazer e turismo, que também é uma divisão artificial, porque do ponto de vista territorial os espaços de lazer e de turismo se confundem, uma vez que são freqüentados simultaneamente pela população fixa (configurando espaços de lazer) e pela população flutuante (configurando espaços turísticos).

Outro renomado autor francês dedicado à geografia do turismo – Olivier Lazzarotti (LAZZAROTTI, 1995) apresenta uma classificação dos espaços de lazer estabelecida também em relação às distâncias a partir do domicílio:

a) lazeres domésticos – aqueles realizados no âmbito domiciliar, desde o interior da casa até o jardim;

b) lazeres de vizinhança – compostos de atividades que se praticam a uma pequena distância do domicílio, que requerem pequenos deslocamentos. Corresponde ao que os franceses denominam de "quadre de vie", o meio imediato;

c) de curta duração ou de proximidade, que incluem as excursões de um dia, o "day trip" dos britânicos, podendo chegar a uma duração de quatro dias, quando ocorrem nos fins de semana prolongados. Esta é uma particularidade da classificação de

Lazzarotti, que não se prende ao conceito de turismo da OMT (Organização Mundial de Turismo) que só considera turismo, os deslocamentos que incluem pelo menos um pernoite fora do domicílio de origem. Somente a partir de viagens de quatro dias que entrar-se-ia no âmbito dos deslocamentos turísticos.

Esta classificação sustenta uma obra volumosa – "Les loisirs à la conquête des espaces périurbains" – que trata especificamente dos espaços nos arredores das metrópoles na França, notadamente a partir da aglomeração parisiense, cujos arranjos espaciais ligeiramente padronizados podem ser generalizados em termos de Europa Ocidental, no entender do Autor. A estruturação destes espaços, a partir da metrópole, inclui muitas atividades de lazer em espaços verdes, em áreas rurais, em áreas de fisionomia própria de montanhas, onde o apelo natural e rural se mesclam, incluindo as estações de esqui muito movimentadas no inverno e também atraentes no verão pela suavidade climática que apresentam.

O processo de metropolização e o aparecimento de padrões de arranjos espaciais bem característicos das sociedades pós-industriais, onde o lazer e o turismo vêm assumindo significativa importância requer uma redefinição novos parâmetros de análise que dêem conta das relações entre os centros metropolitanos e sua periferia, que ainda no caso europeu é chamada genericamente de "campagne", na França e de "country side" na Grã-Bretanha. Nesta fase de turbulência lúdica-turística, que se incrementa e se diversifica, os rebatimentos territoriais das atividades se expressam pela poli-espacialidade e pela multifuncionalidade.

Um estudo já antigo (1977) e ainda pleno de significado foi o realizado por Jüergen Richard LANGENBUCH sobre os municípios turísticos do estado de São Paulo, onde o Autor estabelece um zoneamento turístico do estado. O espaço peri-urbano que circunda a metrópole paulista é denominado neste estudo de cinturão circunmetropolitano, composto essencialmente por chácaras de veraneio, por clubes de campo, por restaurantes campestres.

Com base nestas considerações e pensando no território brasileiro pode-se usar uma adaptação destas tipologias, que, acredito ser válida para as regiões metropolitanas e também para cidades médias que têm um papel de capital regional, tais como as regiões de Campinas, de São José dos Campos, de Bauru, de Araçatuba, de São José do Rio Preto, de Ribeirão Preto, no estado de São Paulo. Vale ressaltar que muitos estudos já foram feitos no sentido de definir modelos de espaços turísticos baseados na Teoria das localidades centrais de W. Christaller. Autores brasileiros já fizeram referências a estes modelos, como EUFRÁSIO (1996) e MELLO e SILVA (1997).

A proposta que se segue é apresentada à guisa de sugestão de uma tipologia de espaços de lazer e turismo, que, nada mais é que uma adaptação do modelo das conchas de Moles e Rhomer, incorporando os conceitos geográficos de lugar, território e espaço:

- a) lazeres domésticos – representados pelas atividades desenvolvidas no domicílio, ou simplesmente pela fruição do tempo;
- b) lugares de lazer do cotidiano imediato – que abrange o bairro que é o território do cotidiano banal, ou os espaços das tribos urbanas, que podem estar desvinculados do bairro, este concebido como território do mundo vivido;
- c) territórios de lazer peri-urbanos – recentemente realizei um trabalho sobre turismo em espaço rural e denominei esta área e outras estruturadas no mesmo padrão de lazer peri-urbano e turismo peri-urbano (RODRIGUES, 2001). Compreendendo atividades de lazer e de turismo (duração superior a um dia) tais como estadas em clubes de campo, em segundas residências, atividades em pesque-pagues, visitas a parques temáticos, frequência a restaurantes campestres, participação em festas, churrascos e piqueniques em chácaras, visitas a praias próximas à cidade; excursões a áreas verdes (parques) muito apreciadas para piqueniques, visitas a represas ensejando a prática de esportes aquáticos, além de outras. Estes espaços se localizam a partir de um raio aproximado de até 50 km a partir do centro urbano, considerando uma rede viária de qualidade, que permita velocidades médias de 80 a 100km/h.
- d) espaços turísticos aureolares – também organizados a partir de faixas concêntricas em relação a zonas metropolitanas importantes, como por exemplo, São Paulo e Rio de Janeiro, cuja territorialidade é definida em função da frequência de turistas domésticos residentes nas áreas metropolitanas, deslocando-se em carros de passeio ou ônibus de linhas regulares ou fretados.

É interessante notar que em alguns espaços há uma espécie de auto-segregação, lugares mais frequentados por população fixa e outros mais frequentados por visitantes (esta categoria inclui excursionistas e turistas). Tal fato é particularmente observado em cidades litorâneas, por exemplo, em Fortaleza a população mais pobre frequenta as praias da Barra do Ceará, enquanto a classe média busca a praia do Futuro ou outras praias de municípios próximos onde frequentam casas de veraneio. Já os turistas buscam locais mais distantes, como a praia de Cumbuco, a praia do Morro Branco, famosa pelas areias coloridas, a praia de Lagoinha. O Beach Parque, famoso parque temático aquático de Fortaleza é frequentado predominantemente por turistas, pois os preços são considerados abusivos para a população local, mesmo para os estratos de população de maior poder aquisitivo o Beach Parque não é muito atraente, o que confirma a idéia de que os interesses variam entre a população local e os visitantes, pois o turismo, sabe-se, vive das diferenças entre os lugares.

Observa-se uma tendência generalizada de revalorização de antigas áreas urbanas que se deterioraram, algumas de uso privado e outras de uso público. Entre estas enquadram-se muitas áreas portuárias cujos armazéns caíram em desuso com a acomodação de mercadorias em "containers" que são transportados pelos navios cargueiros e são armazenados ao relento. Muitos destes armazéns estão sendo reabilitados e assumindo novos usos – bares, restaurantes, centros culturais, galerias de arte, teatros, pequenos parques temáticos. Tais práticas podem ser observadas em várias cidades do mundo todo, dentre as quais citamos como exemplo Porto Madero em Buenos Aires; os arredores da Expo-98 em Lisboa, os arredores do



Porto de Barcelona, áreas de Cap Town, na África do Sul, áreas do porto de Recife, o centro cultural Dragão do Mar, em Fortaleza.

### **O Voluntariado - Coesão Social em Torno de Práticas Comunitárias de Lazer Urbano**

O ano de 2001 foi decretado pela UNESCO o ano internacional do trabalho voluntário. A partir daí muito tem sido publicado sobre campanhas de trabalho voluntário desenvolvidas por diversos segmentos sociais e que tomam muita força no seio de grandes empresas. Um levantamento divulgado pelo IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) afirma que das 698 mil empresas das regiões Sul, Sudeste e Nordeste do país, 423 mil estavam desenvolvendo algum tipo de atividade comunitária nos anos de 1999 e 2000. Ao incentivar recursos humanos para projetos colaborativos, as empresas descobrem novas lideranças, desenvolvem a auto-estima dos funcionários e mantém o trabalhador mais feliz. Trata-se, portanto, do desenvolvimento de uma função de lazer que objetiva uma melhor performance no trabalho. São campanhas que procuram também melhorar a imagem das empresas, muitas delas com sérios problemas no âmbito da legislação trabalhista, junto aos órgãos de defesa do consumidor e do meio ambiente e que buscam, de alguma forma, compensar os danos causados, pelo menos em estratégias de fachada. Há projetos que têm um nítido sentido mercadológico a fim de divulgar seus produtos.

Deixando de lado, porém, este viés utilitarista das campanhas empresariais é necessário uma avaliação dos resultados obtidos nas comunidades e instituições onde os projetos são desenvolvidos. Em que pese as críticas, penso que as campanhas de fundo educativo são mais eficazes do que as doações em dinheiro, que têm caráter imediatista.

Há que ressaltar que a proposta do trabalho voluntário se coloca também no sentido de preservação da cultura popular, entendendo a cultura vinculada aos processos de reprodução, produção e transformação de nossas práticas coletivas como argumentam WERNECK, STOPPA, ISAYAMA (2001), os argumentam que "ao passo que a cultura de massa se insere no campo das tecnologias de disciplinas e vigilância, as ações e representações da cultura popular inscrevem-se num contexto de (re)formulação e de resistência às normas preestabelecidas" (p.48).

Os projetos são os mais diversos, desde treinamento para contadores de histórias para crianças carentes, para cursos de alfabetização de adultos, monitorias para montagem de projetos, para captação de recursos para projetos, para desenvolvimento de habilidades esportivas, para ensino de elementos de contabilidade para compreensão e gestão compartilhada de orçamentos, para cursos diversos de computação, de nutrição, de mecânica básica, visando à iniciação da formação profissional. Um exemplo de projeto bem sucedido é o projeto Mundaréu, financiado pela Fundação Telefônica, com sede na cidade de São Paulo, no bairro da Vila Madalena. Trata-se da coordenação de diversas associações que envolvem

a confecção e venda de artesanato sob a marca de *comércio justo*, que elimina a figura do intermediário e que beneficia tanto produtores como consumidores. Há cerca de 500 pessoas envolvidas diretamente no projeto, cujos benefícios indiretos se irradiam para cerca de 2000 pessoas.

Segundo dados publicados pela Folha de S. Paulo (28/10/2001) a maioria dos brasileiros – 83% – considera o trabalho voluntário muito importante, embora também a grande maioria – 73% – nunca tenha feito nada como voluntário. Há, entretanto, em quase a metade dos entrevistados – 41% – a disposição de aderir a alguma atividade voluntária, de caráter social, embora muita gente não saiba por onde começar. Eis dados importantíssimos para as Universidades desencadearem projetos de assistência social nos seus programas de extensão universitária.

No tratamento deste tema emerge novamente a questão da distinção entre trabalho e lazer, pois neste tipo de atividade não dá para se fazer a distinção – é indubitavelmente uma atividade de natureza híbrida, que passa inclusive pela recreação e pela animação, embora saibamos que estas atividades podem ser desenvolvidas simplesmente com o objetivo "direcionado para adestrar massas", conforme argumenta criticamente Christianne WERNECK (2000, p.122).

É surpreendente observar que na pesquisa citada, da Folha de S. Paulo, há pouca menção ao descaso do Estado quanto ao seu cumprimento de obrigações sociais o que leva ao crescimento do voluntariado. A parceria entre empresas, Universidades e ONGs tem se mostrado muito profícua na concepção, implantação e gestão de projetos, embora não se desobrigue o Estado, muito pelo contrário – a sociedade civil deve se organizar cada vez mais inclusive para cobrar o atendimento de suas funções, importante exercício de cidadania.

### **Para Finalizar sem o Intuito de Concluir**

Ao terminar quero enfatizar a necessidade de se incentivar formas genuínas de expressão cultural, nascidas e administradas pelo grupo, cujas práticas residuais são imbuídas de grande força política, porque na medida em que mobilizam a sociabilidade reforçam a solidariedade, revelando-se como uma força política de poder inimaginável. As atividades de lazer são instrumentos preciosos para o resgate da auto-estima individual e grupal, além de ter-se revelado um campo de desenvolvimento do senso crítico através da educação informal, de campanhas de resgate da cultura, da memória coletiva dos bairros urbanos, por exemplo. Estão ainda se revelando ainda eficazes instrumentos de combate à violência, porque atuam junto aos jovens em idades críticas como na infância e na adolescência que vão se engajando em projetos coletivos ou engajando-se em algum trabalho social, ou se iniciando numa profissão, ou praticando algum esporte, juntando-se a um grupo de teatro, de dança, criando um conjunto musical, enfim um número enorme de atividades.

São muito importantes as políticas de incentivo à concepção, implantação e a gestão de projetos sempre de forma compartilhada. Tais projetos, levados a cabo

por ONGs, por grupos políticos ou religiosos, por associações de várias naturezas, por empresas, podem e devem merecer o apoio das Universidades nos seus programas de extensão universitária, constituindo-se em importantes laboratórios de pesquisa-ação.

Para finalizar há que ressaltar que uma nova pedagogia em construção reconhece que é na atividade dita improdutiva do ser humano que se situa a matriz da sua consciência crítica e transformadora.

### Referência

- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: ELFOS, 1995.
- CARLOS, Ana Fani A. *O lugar no do mundo*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- CARLOS, A. Fani A. *Espaço-tempo na metrópole*. São Paulo: Contexto, 2001.
- DAMIANI, Amélia . O lugar e a produção do cotidiano. In: CARLOS, Ana Fani A (org.) *Novos Caminhos da Geografia*. São Paul: Contexto, 1999.
- DE MASI, Domenico. *O Ócio Criativo*. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.
- DEWAILLY, Jean Michel; FLAMENT, Emile. *Géographie du Tourisme e et des loisirs*. Paris: SEDES, 1993.
- ECHEVERRÍA, Javier. *Telépolis*. Barcelona: Ediciones Destino 1994.
- EUFRÁSIO, Mario. O turismo na obra de Crisaller. In: LEMOS, Amalia Ines (org.) *Turismo: Impactos Socioambientais*. São Paulo: Hucitec, 1996. p.286-295.
- FREMONT, Armand. *Região: espaço vivido*. Coimbra: Livraria Almedina, 1980.
- LANGENBUCH, Juergen R. Os municípios turísticos do estado de São Paulo: determinação e caracterização geral. *Revista Geografia*, UNESP- Rio Claro, vol. 2, n. 3, abril, 1977.
- LAZZAROTTI, Olivier. *Les loisirs à la conquête des espaces urbains*. Paris: Ed. L' Harmattan, 1995.
- MELO E SILVA, Sílvio. Turismo e urbanização. In: RODRIGUES, Adyr B. (org ) *Turismo: Modernidade e Globalização*. São Paulo: Hucitec, 1997. p.163-171.
- PADOVANI, Eliane. *Parque Temático: Modernização e Consumo do Espaço*. Rio claro: UNESP, 2002. (Tese de doutorado)
- RODRIGUES, Adyr. B. (org.) *Turismo rural: práticas e perspectivas*. São Paulo: Contexto, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Turismo e Espaço: Rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: Hucitec, 1997.

\_\_\_\_\_. Le fonction du tourisme et des loisirs aux shopping centers de São Paulo. *Revue de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines*. Université CaDI Ayyad- Marrakech, n.10, 1994. P.237- 244.

\_\_\_\_\_. Tempo livre como objeto de consumo e lazer dirigido como oportunidade de manipulação. *Boletim Paulista de Geografia*. São Paulo, AGB, n.67: 1726. 1º sem. 1989.

ROLNIK, Raquel. São Paulo. *São Paulo*: Publifolha, 2001.

SANTOS Milton et al. (org.). *Fim de século e globalização*. São Paulo: Hucitec-ANPUR, 1994.

SANTOS, Milton. *Técnica: Espaço. Tempo*. São Paulo: Hucitec. 1996.

TUAN, Yu-Fu. *Espaço e Lugar*. São Paulo: Difel, 1983.

WERNECK, Christianne. *Lazer, Trabalho e Educação: Relações históricas, questões contemporâneas*. Belo Horizonte: Ed. da UFMG CELAR/DEF/UFMG, 2000.

WERNECK, Christianne, STOPPA, Edmur, ISAYAMA, Hélder. *Lazer e Mercado*. Campinas: Papyrus, 2001.