

A TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E O TURISMO

Silvana do Rocio de Souza¹

Miguel Bahl²

RESUMO

Esta produção textual tem como objetivo apresentar uma reflexão sobre os conceitos que envolvem a relação turismo e geografia, a construção do espaço e a teoria das representações sociais. Apresenta a articulação destes conceitos como forma de compreender os processos de produção do espaço urbano das cidades em função dos bens patrimoniais que nele se encontram, elucidando as relações entre turistas, comunidade e a produção do espaço. Esta pesquisa de caráter exploratório e teórico valeu-se dos ensinamentos da dialética enquanto método e teve como metodologia a pesquisa bibliográfica. Esta dividida em quatro partes, a primeira onde se apresenta o tema, a segunda apresenta a relação do turismo com o espaço, a terceira trata das representações sociais e do turismo, seguida das conclusões de pesquisa. Considera que as relações que se dão no espaço e que envolvem turistas, comunidade e o patrimônio cultural de uma localidade necessitam serem avaliadas através da teoria das representações sociais. Considerando que os fenômenos de maior importância que expressam movimentos nacionais, regionais ou locais, expressam também peculiaridades, curiosidades, políticas culturais e sociais que merecem serem avaliadas e necessitam serem compreendidas. Pois, nas sociedades contemporâneas, onde o espaço se organiza através das cidades com marcos, praças, ruas, casas e que o homem procede uma fixação como nunca vista anteriormente, faz refletir sobre o real significado da urbanização e conseqüente reorganização do espaço, para além dos aspectos físicos, mas também para os aspectos culturais que influenciam a forma de organizar as cidades. Contudo, a construção de um espaço para uso turístico considera alguns valores a mais, assim como outras metáforas. O espaço turístico não pode ser rigidamente definido ou delimitado ou mesmo dividido. É um espaço complexo, com inúmeras possibilidades de interpretação e que reflete de alguma forma o modo com que as cidades se preparam para o fenômeno social denominado turismo. Para a área da geografia o conceito de representação se estrutura na fusão de várias correntes contemporâneas e incorpora a lingüística, a comunicação, a cultura, os valores, os significados que estão envoltos a uma ideologia que definirá uma forma e um modo de expressão que revelará como os sujeitos percebem o mundo no qual vivem. Esta produção textual tem como objetivo apresentar uma reflexão sobre os conceitos que envolvem a relação turismo e geografia, a construção do espaço e a teoria das representações sociais.

Palavras chave: Espaço. Turismo. Representação social.

¹Bacharel em Turismo (UFPR). Mestre em Educação (UTP). Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFPR. Professora do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná. Coordenadora do Projeto de Extensão Universitária Educazer (UFPR)

²Bacharel em Turismo e Licenciado em Geografia (UFPR). Mestre e Doutor em Ciências (USP). Professor Classe Titular do Curso de Graduação em Turismo e do Programa de Pós-Graduação de Mestrado e Doutorado em Geografia (UFPR).

1. INTRODUÇÃO

A forma com que o espaço esta sendo organizado e a atividade turística está sendo desenvolvida neste espaço, traz a necessidade de avançar nas teorizações que envolvem a geografia e o turismo, na tentativa de compreender as relações que se estabelecem e, por conseguinte definem a organização do espaço, seja para uso turístico ou para vivencia de autóctones. Destas relações emergem sentidos, valores e representações que necessitam serem compreendidas e avaliadas.

Considerando a relação entre o turismo e a geografia é que este artigo apresenta como objetivo a discussão geral e abrangente sobre a teoria das representações sociais que ajudam a elucidar as relações entre turista, comunidade local e a produção do espaço.

Esta pesquisa de caráter exploratório e teórico foi concebida sob os ensinamentos da dialética enquanto método e teve como metodologia a pesquisa bibliográfica.

Apresenta como resultados as reflexões advindas dos estudos que envolvem as áreas geografia e turismo, os temas espaço, representação social e patrimônio cultural.

Considerando que a compreensão das relações que se dão no espaço e que evoluem turistas, comunidade local e o patrimônio cultural de uma localidade necessitam serem avaliadas através da teoria das representações sociais.

Importante considerar que, os fenômenos de maior importância que expressam movimentos nacionais, regionais ou locais, expressam também peculiaridades, curiosidades, políticas culturais e sociais que merecem serem avaliadas e necessitam serem compreendidas para melhor poder avaliar o fenômeno social denominado turismo.

2. A RELAÇÃO TURISMO E ESPAÇO

Ao tecer considerações sobre espaço inicia-se pelas indagações de qual é o valor e como aferir valor ao e para o espaço. Isso, pois, a relação valor-espaço é substantivada pela apropriação dos recursos, pelo trabalho humano e pelas conseqüentes formas de construção, ou seja, pelo seu uso: “um valor contido” (MORAES; COSTA, 1987, p. 127). Assim, avançar na argumentação implica discuti-la de forma conjunta, explicitando as contradições

dos movimentos existentes no espaço, porque “a dinamicidade com que se processam as transformações espaciais é um dado da história da construção do espaço” (CRUZ, 2000, p. 16), que acaba assumindo outros valores, outras metáforas, que se consubstanciam também, através dos bens patrimoniais que se inserem no espaço.

Gomes (2001, p. 101) quando reflete sobre espaço e cultura considera que “o associe à dinâmica socioespacial, sem que precise renunciar ao domínio de legitimidade próprio pertencente à geografia”, o que faz necessário visualizar que é no espaço que o homem causa transformações profundas em busca de novos modos de produção.

Assim, nas sociedades contemporâneas, onde o espaço se organiza através das cidades com marcos, praças, ruas, casas e que o homem procede uma fixação como nunca vista anteriormente, faz refletir sobre o real significado da urbanização e conseqüente reorganização do espaço, para além dos aspectos físicos, mas também para os aspectos culturais que influenciam a forma de organizar as cidades.

Lencione (2006) ao refletir sobre os processos de produção do espaço urbano denomina de cidade-região o espaço no qual tais processos se deram por forças e dinâmicas territoriais diversas que imprimiram arranjos contemporâneos a esses espaços. Essa tendência acentua o alargamento das fronteiras com tanta rapidez que a singularidade dos espaços tende a sucumbir frente a esse processo que se encontra ancorado nas questões relativas à globalização. Este processo, acentuado pelo desenvolvimento dos meios de transporte e de comunicação, ocasiona “as transformações nas relações entre o local, o regional e o global” que se “situam num cenário onde se faz um complexo sistema de redes e fluxos acelerados” (LENCIONE, 2006, p. 69). Sugerir outra maneira de pensar estas questões envolve algo que é dinâmico e inclui toda a vida socioeconômica, concebendo os processos humanos como frutos de suas experiências no espaço, no tempo e nas relações de uns com os outros.

Necessário se faz compreender a dinamicidade das praticas sociais e que as forças produtivas de uma determinada sociedade, algumas efêmeras outras concretas, alteram-se ao longo da história. Como exemplo pode-se citar os meios de comunicação e de transporte que sofreram rápidas e volumosas alterações. E essas alterações refletiram na organização do espaço das cidades, pequenas, médias ou cosmopolitas. Todas se renderam aos avanços nessas áreas.

Assim, Lencione define que “as redes expressam, antes de tudo, as relações de circulação do capital e é nessa expressão que evidenciam uma das dimensões do espaço: o espaço como meio, ou seja, o espaço como mediação necessária à reprodução do capital em escala globalizada” (2006, p. 66).

Há que se considerar que o que se considera globalizado não está dissociado do local, regional ou nacional, e também, que não há escalas crescentes, do menor para o maior como previa a hierarquia piramidal que conforme Lencione (2006) alcançou seu apogeu na década de 1960 e 1970 e teve como influência a Teoria dos Pólos de Crescimento de François Perroux.

Pequenas cidades ou núcleos urbanos podem estabelecer relações globalizadas através de suas firmas e instituições, e mesmo relações individualizadas em escala global e não apresentar nenhuma relação com a região de seu entorno. Essa dinâmica possível nas sociedades modernas faz surgir novas formas de organizar o espaço e novas dinâmicas territoriais decorrentes desta organização, que interessam à atividade turística, pois expressam singularidades.

Este novo modo de organizar o espaço de produção que Lencione chama de *redes de fluxos* produz novos arranjos com dinâmicas próprias, onde não há separação entre cidade e região, entre local e global. Espaço esse onde as análises continuam e podem ser feitas separadamente. O que se faz necessário é compreender as novas relações e novas dinâmicas que ocorrem nestes espaços que não permite manter a separação em escalas ou em pirâmides. A análise agora necessita ser mais complexa, mais abrangente e considerar não apenas a cidade e sua região, mas conforme ensina Lencione (2006) deverá considerar a cidade-região e toda a dinâmica territorial e a rede de fluxos decorrentes destes arranjos.

Apesar disso, o estabelecimento de valores ao espaço de acordo com cada época, e a partir das necessidades de troca de produtos ou objetos por equivalentes desde os mais tardios tempos da história humana, ocasionou a necessidade de uma divisão natural do espaço em espaços de vivência, ou seja, onde se vive, de produção, onde se trabalha e de circulação, tornando rígidos e inevitáveis os limites espaciais entre diferentes grupos sociais (MORAIS; COSTA, 1987). Sendo que cada grupo constrói a partir de suas possibilidades um espaço que se caracteriza por representar sua forma de viver e de se relacionar.

Contudo, a construção de um espaço para uso turístico considera alguns valores a mais, assim como outras metáforas. O espaço turístico não pode ser rigidamente definido ou delimitado ou mesmo dividido. É um espaço complexo, com inúmeras possibilidades de interpretação e que reflete de alguma forma o modo com que as cidades se preparam para o fenômeno social denominado turismo.

O espaço turístico é o espaço que incorpora o espaço de vivência, de produção, de circulação à uma outra categoria do espaço, o espaço para o lazer ou para o turismo. Neste espaço que se configura pela existência de alguns elementos físicos como atrativos turísticos, empreendimentos turísticos e infra-estrutura ainda necessitam ser dotado de um sistema organizacional através de políticas e de recursos humanos para operar este sistema que se estabelece no espaço. E nestes espaços, emergem representações.

3. AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E O TURISMO

Ao inserir o estudo das representações permeado pela geografia no contexto do turismo, constata-se que a relação dos sujeitos turista e comunidade local com o espaço de uso turístico ou de trabalho e moradia, que é por estes sujeitos conhecido e construído, compõem um processo que pode ser compreendido e avaliado por meio do estudo das representações sociais.

Para a área da geografia o conceito de representação se estrutura na fusão de várias correntes contemporâneas e incorpora a lingüística, a comunicação, a cultura, os valores, os significados que estão envoltos a uma ideologia que definirá uma forma e um modo de expressão que revelará como os sujeitos percebem o mundo no qual vivem. Para Gil (2005, p. 57) “uma geografia das representações é uma geografia do conhecimento simbólico. Assume as representações sociais como ponto de partida para uma geografia cultural do mundo banal, da cultura cotidiana, do universo consensual impactado pelo universo da ciência e da política”.

Para o turismo, é um conceito que necessita ser desenvolvido, que a princípio se estrutura na fusão das mesmas áreas que se envolve na geografia e que ajuda a

compreender o espaço de uso turístico ou de moradia e trabalho, avaliando as relações que se dão nestes espaços.

Quanto às origens, o termo representação vem do vocábulo latino *repraesentationis*, significando “imagem ou reprodução de alguma coisa”. Segundo Abbagnano (1982), trata-se de um termo medieval, introduzido na filosofia escolástica para indicar uma imagem, ou uma idéia.

Farr considera que na história pregressa dessa teoria, anterior à Segunda Guerra Mundial houve um momento em que se distinguia em dois níveis, o individual e o coletivo que inclui a cultura ou a sociedade (FARR, 1995, p. 35), como exemplo cita os conceitos de Durkheim oriundo dos anos 1898 que distinguiu os estudos de representações individuais que é o domínio da psicologia e o estudo das representações coletivas que é o domínio da sociologia. Ainda para Farr, outro teórico, Lê Bom em 1895 distinguiu representação individual de representação das massas, já Freud argumentou sobre o indivíduo e desenvolveu uma crítica da cultura e da sociedade.

Farr (1995, p. 31) também considera a teoria das representações sociais uma forma sociológica originada na Europa com a publicação de Moscovici em 1961 que considera que o conceito de representação social nasceu na sociologia e na antropologia com a obra de Durkheim e de Lévi-Bruhl sendo que a teoria de Moscovici “difere marcadamente das formas psicológicas de psicologia social que são atualmente predominantes nos Estados Unidos da América” (FARR, 1995, p. 31). Moscovici considera que “o indivíduo sofre pressões das representações dominantes na sociedade e é nesse meio que pensa ou exprime seus sentimentos. Essas representações definem de acordo com a sociedade em que nascem e são moldadas. Portanto cada tipo de mentalidade é distinto e corresponde a um tipo de sociedade, às instituições e às práticas que lhe são próprias” (MOSCOVICI, 2001, p. 49). De acordo com Farr a teoria de Moscovici é uma forma sociológica de psicologia social, que distingue as representações coletivas das individuais, as representações frias das quentes.

Desta forma, o conceito de representação é multifacetado (WAGNER, 1995) tanto pode ser um processo social que envolve comunicação e linguagem como podem ser símbolos e estruturas individuais. Estas multi-funções do conceito trazem ao seu estudo uma série de problemas se o olhar para as representações for em caráter único, direcional e

de certa forma fechado. Porém, as variadas interpretações, ao contrário disso, podem estabelecer correntes de diferentes aspectos metodológicos e epistemológicos, trazendo às pesquisas uma riqueza sem igual, na variedade e na qualidade da interpretação dos dados coletados em campo. Na teoria das representações sociais “o fenômeno em questão é da ordem dos diferentes tipos de teorias populares, senso comum e saberes cotidianos que chamamos representações sociais” (WAGNER, 1995, p. 150), desta forma é que recentemente este conceito está sendo elaborado pelas diferentes áreas do conhecimento que trabalham pesquisas envolvendo cultura e a sociedade.

Mas o que de fato a representação pode explicar? Qual a análise que se pode tecer a respeito das dimensões das relações do turismo com a comunidade e com seu patrimônio cultural?

Estas indagações acompanham constantemente aqueles que trabalham com este conceito e se dedicam ao estudo e planejamento do turismo considerando os impactos deste fenômeno.

Um dos problemas apresentados por Wagner (1995) quanto ao uso científico das representações se refere ao fato de que as representações operam enquanto variável dependente, assim,

[...] seria quase óbvio dizer que diferentes condições sociais, existem em diferentes grupos e sociedades, trariam como consequência diferentes representações sociais, que são por sua vez, o resultado de necessidades de grupos ou sociedades ao lidar com novos fenômenos e novos problemas. A questão é, então, de que forma as condições sócio-genéticas das representações sociais penetram a teoria.
(WAGNER, 1995, p. 151)

O conceito de representação apresenta-se de forma ampla e dá origem a variadas interpretações e usos apoiando discussões em diferentes áreas do conhecimento.

Partindo do pensamento de Bauer (1995) pode-se visualizar uma distinção entre as funções simbólicas e pragmáticas da representação. Para a função simbólica, considera-se que os símbolos são as imagens variáveis da realidade onde “as pessoas estabelecem um sentido de ordem, transformam o não-familiar em familiar através da ancoragem de novos conhecimentos em antigos esquemas” (BAUER, 1995, p. 231) fazendo surgir uma ordem

temporária, suficiente para interpretar e reconhecer estas imagens através de um “senso de identidade social” (BAUER, 1995, p. 231) expressando a relação do sujeito com o meio.

Já a função pragmática da representação, ainda segundo Bauer, sugere que as ações são planejadas e concebidas em prejuízo das estruturas simbólicas “constituem tanto em percepção, como em ação” (BAUER, 1995, p. 231), uma representação tem um conteúdo estrutural, cabendo à função pragmática da representação possibilitar a resistência cultural e hegemônica, neste modelo, “as representações sociais funcionam como sistema cultural imunizante” (BAUER, 1995, p. 252).

A representação social pode ser considerada um conhecimento de caráter social e prático que ajuda os homens a compreender seu mundo e poder nele atuar, comunicando-se. Comunicação esta que se dá além da fala e da palavra considerando que “a fala esta indissolúvelmente ligada às condições de comunicação, que, por sua vez, estão sempre ligadas às estruturas sociais” (BAKHTIN, 2006, p. 14). Portanto, é apenas através da “enunciação que a língua toma contato com a comunicação, imbuí-se do seu poder vital e torna-se uma realidade” (BAKHTIN, 2006, p. 160) na qual o homem, de acordo com as condições do meio em que vive, sociais e econômicas da época é que determina as formas de comunicação utilizando-se de símbolos que expressam não apenas sua personalidade, mas sua capacidade de interagir e dominar.

Desta forma o conceito de representação tomado de sua significação filosófica e lingüística redefine conceitos e reformula sua própria conceituação, afirmando-se com os estudos de Lefebvre (1999) que traz contribuições no sentido de ajudar a compreender que é no espaço das relações sociais, onde o homem se relaciona com o meio e com outros homens, repleto de ambigüidades e contradições é que surgem as representações.

Compreender as representações significa compreender os processos nos quais elas se criam e se transformam. Incluindo no plano cultural outros conhecimentos como o econômico, o tecnológico e o social. Estes conhecimentos envolvem o homem como modo de integrá-lo ao ambiente no qual ele participa valorizando os aspectos culturais e suas representações que acontecem nos mais variados espaços e é em parte compreendida pelas concepções de espaço e dos usos ideológicos que podem ser dados a essas concepções.

Deste modo, não se deixará de lado a riqueza que se expressa nos modos, nos costumes, nas edificações de inestimável valor, adentrando na essência humana, nos seus

sentidos e desejos. Não se esquecendo que o homem apesar de ser um ser individual também é social e que sua referência enquanto ser sempre foi e “nos dias de hoje também continua sendo, com mais freqüência, tecnológica (logo, econômica)” (LEFEBVRE, 1999, p. 97) desde que se permita refletir sobre sua práxis “é em relação ao trabalho produtivo que as relações constitutivas da consciência (da vida pessoal) são concebidas e determinadas” (LEFEBVRE, 1999, p. 98).

O homem enquanto ser que se reflete no signo lingüístico deve ser compreendido como sendo aquele que “não apenas nele se reflete, mas também se refrata” (BAKHTIN, 2006, p. 47), e desta forma o signo lingüístico que também é ideológico, é vivo e se apresenta no contexto social, expressa as diferentes naturezas e é capaz de evoluir, alterando-se e recriando-se.

Neste aspecto, a atividade turística que se dá obrigatoriamente em um espaço, necessita ser observada, pesquisada e estudada sob o olhar das representações sociais, considerando que “a teoria das representações sociais se constrói sobre uma teoria dos símbolos” (JOVCHELOVITCH, 1995, p. 71), onde os símbolos, numa realidade concreta podem estar refletindo outra coisa, que não aquela concretamente representada, mas que provocam fusão entre o sujeito e o objeto, porque são as suas expressões.

Conceber os processos humanos como fruto de suas experiências no espaço, no tempo e nas relações de uns com os outros é compreender que:

[...] existe uma relação direta e indireta entre essas representações e as ações humanas, ou seja, entre as representações e o imaginário, revolucionando a gênese do conhecimento, permitindo compreender a diversidade inerente às práticas sociais, às mentalidades, aos vividos.
(KOZEL, 2002, p. 215)

Neste sentido, é que o espaço e o tempo envolvem as representações sociais e que elas “têm um caráter de signo referencial duplo: elas re-presentam algo diferente e são usadas por alguma comunidade” (BAUER, 1995, p. 241) para se fazer representar, reafirmando o conceito de representação espacial que “para os geógrafos se estrutura na fusão das várias correntes contemporâneas, incorporando o conceito de representação social oriundo da psicologia” (KOZEL, 2002, p. 215).

E assim, o estudo das representações, que são as expressões de linguagem em forma de signos, pode ajudar a compreender, não apenas o espaço de trabalho e de vivência de uma comunidade, mas também ajudar a compreender o espaço do turismo. Espaços esses ocupados pelo homem enquanto ser social capaz de alterar, modificar, reconstruir e dar outros sentidos e usos aos espaços, dos quais emergem representações materiais e imateriais.

A materialidade que se encontra no espaço de representação não pode ser confundida com a imaterialidade e subjetividade da representação do espaço.

A representação do espaço envolve a lógica, as técnicas, os saberes e os conhecimentos acerca das ciências matemáticas, físicas etc. Constituem-se em coisas concretas, realizadas pelo homem para representar algo. A representação do espaço é acompanhada das mesmas ideologias que carregam os construtores do espaço como afirma Santos (1982, p. 24) “os construtores do espaço não se desembaraçam da ideologia dominante quando concebem uma casa, uma estrada, um bairro, uma cidade. O ato de construir está submetido a regras que procriam nos modelos de produção e nas relações de classe suas possibilidades atuais”. O ato de construir nos espaços é também um forma de reproduzir modelos e de criar novas possibilidades de relação social. Encontra-se em Lefebvre (2006, p. 62) a reafirmação deste conceito ao considerar que a distinção entre o espaço de representação e a representação do espaço é anterior à época moderna.

O espaço de representação possui a capacidade de incorporar os sentimentos, os ideais ou as frustrações de um indivíduo, assim como seguem conveniente direção, são construídos a partir dos desejos e das vontades. Assim o espaço de representação é criado a partir do indivíduo. Como exemplo tem-se, o espaço de representação da criança, dos idosos, dos profissionais, dos turistas.

Porém para Lefebvre (LEFEBVRE, 2006, p. 63) é possível que se estabeleça “*un acuerdo*” entre estes dois espaços. Este acordo proposto por Lefebvre faz surgir a possibilidade dos espaços de catástrofes e de guerra que recentemente o estudo do turismo incorporou como objetos. Estes espaços possuem marcas de um tempo com mitos de poder e passam a ser vistos por suas representações. O turismo vem se apropriando destes espaços

a partir dos significados, ou seja, do que ele representa ou representou a uma determinada sociedade.

Outra dualidade encontrada nos estudos de representação diz respeito à representação do poder e o poder de representação assim como o mito do poder e o poder mítico. Estas proposições invertidas podem corresponder a inversões e a reciprocidades que ocorrem nas relações entre elas e decorrentes delas.

A representação do poder espelha exemplos nos monumentos, nas construções que retratam o poder do Estado, estão desta forma, ancorados nos aparatos estatais da justiça, do exército ou da polícia. Lefebvre defende a idéia que esses aparatos não conseguiriam exercer seu poder sem a representação deste. (LEFEBVRE, 2006, p. 88). O mito do poder sobrevive sem representação, porém as representações de poder fortalecem o mito, aguçam o imaginário. Lefebvre (2006, p. 89) considera que nos tempos modernos, ou seja, nas sociedades contemporâneas, o mito do poder se perpetua através do poder mítico dos antigos tempos. Isso não significa que o poder seja algo imaginário ou fruto da imaginação. O poder estatal, o poder político, assim como o poder dos deuses e dos mitos, perpetua a história dos homens. Existem em suas mentes mesmo quando não estão sendo representados, ao que parece, já estão incorporados aos homens e à sua história.

Considera-se assim, que o homem imprime marcas. Que essas marcas são o resultado de suas relações de uns com os outros e deles com o espaço, e que desta fusão nasce um espaço de representação e a representação do espaço.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta produção textual procurou desenvolver em termos gerais e preliminares, o que se considera em termos de espaço e representação, mais centrais à análise que se propõe realizar, ressaltando que, necessário se faz avançar e aprofundar as teorizações que envolvem estes temas. O que permitirá avaliar a realidade, na tentativa de compreender a atividade turística e sua relação com a geografia e com o espaço.

E nesta perspectiva verifica-se que as ciências sociais estão sendo desafiadas a buscar respostas a problemas já anteriormente resolvidos. Estão sendo desafiadas a reinterpretar realidades na medida em que o objeto se modifica e acentua-se o aspecto qualitativo, assim, recoloca-se o problema de interpretação e de reconstrução de categorias e conceitos que terão o compromisso de explicar realidades e contextos históricos diferentes e contraditórios como singularidade e universalidade, globalização e localização, global e regional, secularização e fundamentalismo entre outros.

As reflexões que acompanharam esta pesquisa caminham pela relação entre a geografia e o turismo, ancoradas na teoria das representações sociais como forma de compreender o espaço e os símbolos que emergem destes, que expressam a relação do homem com o meio no qual vive. Desta relação nascem os símbolos que são a representação de seus fazeres, de suas ações e de seu pensamento.

Portanto, procurou-se também expressar uma nova forma para apreender do real, aquilo que se considera “a questão fundamental do que é a realidade” (KOSIK, 2002, p. 53), ancorado na articulação entre conceitos e teorias, na tentativa de compreender a relação turismo e geografia, permitindo, futuramente, delinear proposições que auxiliem a percepção dos processos sociais e culturais assim como suas formas de representação.

Algumas destas formas estão ancoradas na expressividade de monumentos e bens patrimoniais que estão inseridos no espaço público das cidades, que possuem marcas, valores e simbolismos que refletem a ação do homem e sua forma de fixação no espaço.

Mais do que refletir a forma de fixação do homem no espaço, estes bens, considerados símbolos, refletem um código de linguagem que se estabelece através de imagens.

Imagens estas que para serem decodificadas, necessitam serem avaliadas por esta teoria que busca elucidar através de suas funções o que cada monumento ou patrimônio representa para os variados sujeitos que se relacionam nestes espaços públicos das cidades no qual estes bens patrimoniais estão inseridos.

5. REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, N. **Dicionário de filosofia**. São Paulo: Mestre Jou, 1982.

BAKHTIN, M. M. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. 12ª Ed. São Paulo: Hucitec, 2006.

BAUER, M. A popularização da ciência como “imunização cultural”: a função de resistência das representações sociais. In: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Org.) 5ª Ed. **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1995.

CRUZ, R. C. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.

FARR, R. M. Representações sociais: a teoria e sua história. In: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Org.) 5ª Ed. **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1995.

GOMES, P. C. C. A cultura pública e o espaço: desafios metodológicos. In: ROSENDAHL, Z.; CORREA, R. L. (Org.) **Região, identidade e território**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

JODELET, D. (Org.) **As representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

JOVCHELOVITCH, S. Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e representações sociais. In: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Org.) 5ª Ed. **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1995.

KOZEL, S. As representações no geográfico. In: MENDONÇA, F.; KOZEL, S. (Org.) **Elementos de Epistemologia da Geografia contemporânea**. Curitiba, Editora da UFPR, 2002.

KOSIK, K. **Dialética do concreto**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

LEFEBVRE, H. **A revolução urbana**. Belo Horizonte, Editora UFMG, 1999.

LEFEBVRE, H. **La presencia y la ausencia**: contribución a la teoría de las representaciones. México: Fondo de Cultura Económica, 2006.

LENCIONE, S. Da cidade e sua região à cidade-região. In: SILVA, José B. (Org.) **Panorama da geografia brasileira**. São Paulo: Annablume, 2006.

MORAES, A. C. R.; COSTA, W. M. **A valorização do espaço**. 2ª Ed. São Paulo: Hucitec, 1987.

MOSCOVICI, S. Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história. In.: JODELET, D. (Org.) **As representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

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

WAGNER, W. Descrição, explicação e método na pesquisa das representações sociais. In: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Org.) 5ª Ed. **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1995.