

Turismo e Prática de Responsabilidade Socioambiental

de Empreendimentos Turísticos no Nordeste brasileiro

Luzia Neide Coriolano
Fábio Perdigão Vasconcelos
Laura Mary Marques Fernandes
Organizadores



Turismo e Prática de Responsabilidade Socioambiental em Empreendimentos Turísticos no Nordeste brasileiro

Luzia Neide Coriolano

Fábio Perdigão Vasconcelos

Laura Mary Marques Fernandes

Organizadores

Fortaleza

Banco do Nordeste do Brasil

2017

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente:

Marcos Costa Holanda

Diretores:

Antônio Rosendo Neto Júnior, Cláudio Luiz Freire Lima, José Max Araújo Bezerra, Nicola Moreira Miccione, Perpétuo Socorro Cajazeiras, Romildo Carneiro Rolim

Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste – ETENE

Economista-Chefe:

Luiz Alberto Esteves

Gerente de Ambiente:

Tibério Rômulo Romão Bernardo

Célula de Estudos e Pesquisas Setoriais

Gerente Executivo:

Luciano J. F. Ximenes

Comitê de Editoração - CEDIT

Tibério Rômulo Romão Bernardo
Coordenador (ETENE)

Evangalina Leonilda Aragão Matos
Ambiente de Comunicação

José Rubens Dutra Mota
Ambiente de Políticas de Desenvolvimento

Luiza Cristina de Alencar Rodrigues
Ambiente de Marketing

Eliane Libânio Brasil de Matos
Universidade Cooperativa

Francisco Diniz Bezerra
Coordenador da Série de Livros Avulsos

Luciana Mota Tomé
Coordenadora da Série Teses e Dissertações

Luciano J. F. Ximenes
Coordenador da Série Ciência e Tecnologia

Maria Odete Alves
Coordenador da Série Documentos do ETENE

Dra Laura Mary Marques Fernandes

Revisão Vernacular

Patrício de Moura

Projeto Gráfico

FICHA CATALOGRÁFICA

Thelma Marylanda Silva de Melo

CRB – 3 / 623

T938 Turismo e prática de responsabilidade socioambiental em empreendimentos turísticos no nordeste brasileiro / Luzia Neide Coriolano, Fábio Perdigão Vasconcelos, Laura Mary Marques Fernandes (Orgs.). – Fortaleza : Banco do Nordeste do Brasil, 2017.
608 p. : il.

ISBN: 978-85-7791-255-1

1. Turismo. 2. Políticas territoriais. 3. Responsabilidade social e ambiental. 4. Cultura. 5. Competitividade. I. Vasconcelos, Fábio Perdigão. II. Fernandes, Laura Mary Marques.

CDD: 338.479181

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	9
1 NORDESTE BRASILEIRO E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DE EMPRESAS DE TURISMO	
Luzia Neide Coriolano e Fábio Perdigão Vasconcelos.....	15
2 EVOLUÇÃO DO TURISMO NO NORDESTE	
José Valdo Mesquita Aires Filho e Luzia Neide Coriolano.....	43
3 POLÍTICAS TERRITORIAIS DE TURISMO NO NORDESTE: O PRODETUR COMO ESTRATÉGIA SOCIOECONÔMICA	
Luciana Maciel Barbosa e Luzia Neide Coriolano.....	69
4 O ESTADO DO PIAUÍ NO CONTEXTO TURÍSTICO DO NORDESTE	
Maria Majaci Moura da Silva e Bernardo Machado Gontijo.....	93
5 PLANEJAMENTO TURÍSTICO PARA DESENVOLVIMENTO DE PEQUENAS CIDADES DO RIO GRANDE DO NORTE	
Marcelo da Silva Taveira.....	115
6 O TURISMO RURAL NO NORDESTE DO BRASIL	
Luzia Neide Coriolano.....	135
7 AS DIFICULDADES DO TURISMO NO SERTÃO DO NORDESTE	
José Wellington Soares e Luzia Neide Coriolano.....	165
8 TURISMO, DISCURSO E IDEOLOGIA SAUTERING: ESCRITAS DE CAMINHADAS DE HENRY THOREAU E AS MODERNAS NARRATIVAS DE VIAGEM	
Profa. Dra. Sandra Maia-Vasconcelos e Profa. Dra. Maria Leidiane Tavares.....	185
9 RESORTS E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NO PORTO DAS DUNAS, AQUIRAZ – CE	
Frederico do Nascimento Rodrigues e Luzia Neide Coriolano.....	207

10 TURISMO E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EM HOTEIS DE CHARME	
Lílian Lusitano Cysne e Luzia Neide Coriolano.....	237
11 IMPACTOS DA URBANIZAÇÃO TURÍSTICA NO LITORAL DE FORTALEZA/CE: FRAGMENTAÇÃO SOCIOESPACIAL	
Ricardo Alexandre Paiva.....	263
12 HIERARQUIAS URBANAS NA MACRORREGIÃO TURÍSTICA SERRAS ÚMIDAS DE BATURITÉ/CE	
Paulo Roberto A. de Oliveira e Luzia Neide Coriolano.....	293
13 POLÍTICAS PÚBLICAS EM ÁREAS DE LAZER E TURISMO DE FORTALEZA/CE	
Tiago da Silva Castro.....	311
14 PODER LEGISLATIVO DO ESTADO DO CEARÁ: COMUNICAÇÃO EM TURISMO VIA TV E RÁDIO ASSEMBLEIA	
Nara M. Sarmiento Rocha e Keila Cristina N. Mota.....	339
15 TURISMO DE EXPERIÊNCIA NO NORDESTE DO BRASIL: ROTA DAS EMOÇÕES	
Daniel Rodriguez de C. Pinheiro e Roberta F. L. Cavalcante.....	355
16 O POLO COSTA DAS DUNAS NO RIO GRANDE DO NORTE E POLITICAS PÚBLICAS	
Jurema Márcia Dantas da Silva e Luzia Neide Coriolano.....	371
17 O MARANHÃO E AS POLÍTICAS DE TURISMO	
Cristiane Mesquita Gomes e Luzia Neide Coriolano.....	393

18 O USO DO TERROIR E DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO TURISMO ENOGASTRONÔMICO NO VALE DO SÃO FRANCISCO NO NORDESTE BRASILEIRO	
Ewerton Reubens Coelho Costa e Luzia Neide Coriolano.....	415
19 COMPETITIVIDADE TURÍSTICA NO NORDESTE: FORTALEZA E JIJOCA DE JERICOACOARA – CE	
Laura M. Marques Fernandes e Luzia Neide Coriolano.....	439
20 A METRÓPOLE FORTALEZA SEGREGADA PELAS POLÍTICAS URBANAS E DE TURISMO	
Karlos Markes N. Parente e Luzia Neide Coriolano.....	455
21 A CONTRIBUIÇÃO DO PODER LEGISLATIVO DO ESTADO DO CEARÁ ÀS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO	
Norma Marques D. de Sousa e Luzia Neide Coriolano.....	475
22 ORIENTAÇÃO AO TURISTA: MANUAIS DE VIAGEM E GUIAS IMPRESSOS	
José Hugo Costa Martins e Sandra Maia Farias Vasconcelos.....	513
23 DOS CÓDIGOS LOCAIS AOS INSTITUCIONAIS: A CIDADE DE GUARAMIRANGA E OS NEGÓCIOS TURÍSTICOS	
Simony Rodrigues Marins e Luzia Neide Coriolano.....	529
24 TRABALHO E MOBILIDADES NO TURISMO	
Luzia Neide Coriolano e Laura M. Marques Fernandes.....	579
25 PATRIMÔNIO CULTURAL: DA NORMA AO SENTIDO SUBJETIVO DE LUGAR	
José Clerton de Oliveira Martins.....	597

NOME DOS AUTORES

Bernardo Machado Gontijo
Cristiane Mesquita Gomes
Daniel Rodriguez de C. Pinheiro
Ewerton Reubens Coelho Costa
Fábio Perdigão Vasconcelos
Frederico do Nascimento Rodrigues
José Clerton de Oliveira Martins
José Hugo Costa Martins
José Valdo Mesquita Aires Filho
José Wellington Soares
Jurema Márcia Dantas da Silva
Karlos Markes N. Parente
Keila Cristina N. Mota
Laura M. Marques Fernandes
Lidiane Maria Tavares
Lílian Lusitano Cysne
Luciana Maciel Barbosa
Luzia Neide Coriolano
Marcelo da Silva Taveira
Maria Majaci Moura da Silva
Nara M. Sarmento Rocha
Norma Marques D. de Sousa
Paulo Roberto A. de Oliveira
Ricardo Alexandre Paiva
Roberta F. L. Cavalcante
Sandra Maia-Vasconcelos
Simony Rodrigues Marins
Tiago da Silva Castro

APRESENTAÇÃO

Este livro é mais um lançamento do Núcleo de Estudos do Turismo e Território - NETTUR do Mestrado em Turismo da Universidade Estadual do Ceará, desta vez com o tema Turismo e Práticas de Responsabilidade Socioambiental em Empreendimentos Turísticos no Nordeste brasileiro. Os principais focos dos textos apresentados são: Nordeste, turismo convencional e contra hegemônico, políticas territoriais, competitividade, cultura, espaços urbanos e rurais e responsabilidade social e ambiental no turismo. A cada três anos o NETTUR trabalha novo projeto que agrega doutorandos, mestrandos, graduandos e professores do Mestrado em Turismo. E ainda doutores de outras universidades que desenvolvem pesquisa em turismo. Nesta edição temos o privilégio de contar com a colaboração dos professores doutores: Bernardo Machado Gontijo da Universidade Federal de Minas Gerais, Majaci Moura da Silva da Universidade Federal do Piauí, Marcelo da Silva Taveira da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e Ricardo Alexandre Paiva da Universidade Federal do Ceará.

O Nordeste brasileiro é uma região que cresce, apesar da pobreza ainda existente. Há mais de quatro décadas experiências de modernização e desenvolvimento regional associadas a fatores políticos, sociais e econômicos, vinculados ao planejamento das atividades agrícola, industrial e de serviços com destaque especial para o turismo são implantadas na região. A emergência do setor terciário na reestruturação do capitalismo coloca os serviços na dianteira da economia para sustentação industrial e nesse reordenamento grandes empresas migram para o Nordeste, desencadeando além de espaços industriais espaços para lazer de forma a atender executivos e trabalhadores que se transferem para o Nordeste. Assim, o Nordeste repulsivo e problemático passa a ser região de trabalho, de empreendimentos e propício para lazer e turismo. O turismo põe a região em evidência, a ponto de tornar-se opção nacional para férias, finais de semana, veraneio e concorrer com os principais destinos nacionais, tais como Rio de Janeiro e Serras Gaúchas. O turismo destaca-se entre os serviços passando a ser uma

das principais atividades econômicas da região.

A região Nordeste abrange área de 1,55 milhões de Km² o que corresponde a 18% do território brasileiro e possui população de mais de 56 milhões de habitantes, correspondendo a cerca de 27% da população do Brasil, projetada para mais de 204 milhões de habitantes (IBGE, 2015). Acumula elevada dívida social, precárias condições sociais de raízes históricas e sustenta ainda extrema concentração de poder sociopolítico, de riqueza e renda pelo descaso com educação, saúde e com as periferias urbanas e áreas rurais.

A literatura registra que no período colonial existiam vários “nordestes” ou “regiões” inseridas no Nordeste, espaço vinculado à produção açucareira. Agora é conhecido como região turística. O canalial concentrava-se em territórios, a que hoje correspondem aos Estados de Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte e Alagoas. Os espaços referentes aos atuais Ceará e Piauí desenvolviam atividades de baixa relevância econômica e o Maranhão ligava-se à economia dos territórios do meio-norte. Os espaços que hoje ocupam Bahia e Sergipe não eram considerados Nordeste, embora neles também predominasse a atividade açucareira, palavras do economista Francisco de Oliveira. Outras configurações no espaço brasileiro são agregadas a essa configuração do Nordeste e emergem a partir da consolidação e hegemonia de outras formas de produção como o café no Centro Sul, a pecuária e o algodão no Nordeste com conflitos de interesses intra e inter-regional. A economia agroexportadora ocorre a partir da crise internacional de 1929, quando a industrialização passa a ocupar espaço nos circuitos de produção do País. O surgimento da região industrial do País; na década de 1950 impacta diretamente na redefinição da divisão regional do trabalho na conjuntura nacional passando o Nordeste a ser “exército industrial de reserva”, emitindo grandes contingentes populacionais para trabalharem na indústria, garantindo a manutenção dos baixos salários da massa trabalhadora, é o que teóricos em várias áreas da ciência explicam. Essa redefinição faz acirrar o conflito entre duas regiões brasileiras uma em crescimento industrial, e o Nordeste em estagnação, pois acreditava-se que industrialização era igual a desenvolvimento. Esse contexto impõe medidas de contenção das disparidades regionais, e assim surge o planejamento regional para o

Nordeste com atuação do Grupo de Trabalho para o Desenvolvimento do Nordeste (GTDN), Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) e Banco do Nordeste do Brasil. Vários relatórios apresentam fragilidades e decadências da realidade nordestina, mas em especial uma região que estimulada dá respostas.

A partir dos anos 1990 surge o Nordeste turístico, com o Programa de Desenvolvimento do Turismo do Nordeste – PRODETUR. A região ganha evidência como resultado da política pública de reordenamento dos territórios para o desenvolvimento da atividade turística. As condições naturais e, em especial, o litoral apresenta-se como importante atrativo turístico, sendo o principal atrativo do Nordeste, e, foco da política do PRODETUR.

Com cerca de 3.000 km as praias no litoral nordestino aparecem como destaque na mídia nacional e internacional, tornando evidente a expansão da atividade turística nos territórios nordestinos. O Programa temporal, espacial e politicamente dividido em fases de planejamento e atuação inicia oficialmente as atividades em 1994, com o PRODETUR NE I, finalizado em 2005; amplia a área de atuação nos Estados em 2002 com o PRODETUR NE II, concluído em 2010. Em 2008, apresenta-se sob a denominação de PRODETUR Nacional, a política que fez o Nordeste crescer é levada aos estados de outras regiões que querem também dinamizar o turismo.

Conforme o BID, na primeira fase, o PRODETUR NE contribuiu para a atração de R\$ 4 bilhões em investimentos privados, para a criação de um milhão de empregos e para o aumento de viagens com destino ao Nordeste. O número de turistas aumentou de seis para doze milhões entre os anos de 1994 e 2000. O PRODETUR contou com financiamento do BID e execução pelo Banco do Nordeste. Foram desenvolvidos componentes para fortalecimento institucional de municípios – voltados para o desenvolvimento da capacidade de gerenciamento administrativo, fiscal, ambiental, cultural e de turismo e também componentes para a capacitação profissional.

Paralelo ao desenvolvimento de segmentos importantes da economia nordestina, como o turismo, questões básicas ligadas à saúde, saneamento e educação continuam desafiando os governos. A Região ganha visibilidade

durante os megaeventos esportivos de 2013 e 2014, uma vez que Fortaleza, Bahia, Recife e Natal foram escolhidas como cidades-sede dos jogos de futebol. Fortaleza destaca-se internacionalmente em 2014, ao ser escolhida para sediar a reunião dos BRICS, grupo formado pelos países emergentes Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul. Estudos realizados pelo Ministério do Turismo e Fundação Getúlio Vargas mostram o Nordeste como preferência nas intenções de viagens entre os brasileiros. Os dados evolutivos dos meses de dezembro de 2013 e 2014 e do mês de fevereiro de 2015 mostram a região Nordeste com as maiores porcentagens entre as intenções de viagens pelos turistas nacionais: 40,1% em 2013, 36% em 2014 e 45,1% em 2015. Em 2013, o Sul apresenta-se como a segunda região mais procurada pelos turistas, no entanto, nos anos de 2014 e 2015 passa para terceiro lugar. O Sudeste é a segunda preferência entre os turistas nacionais nos anos de 2014, com 30,7% e de 2015, com 25,6%, tendo sido o terceiro entre as intenções em 2013, com 21,7%. As regiões Norte e Centro-Oeste alternam o *ranking* de quarta e quinta região mais procurada pelos brasileiros. Nos anos de 2013, 2014 e 2015, a região Norte apresenta porcentagens nos valores de 6,6%, 8,6% e 7,2% respectivamente. Nos mesmos anos, o Centro-Oeste tem 8,3%, 5,6% e 5,5% entre as intenções de viagens pelo Brasil.

O Nordeste é lugar de alocação de empreendimentos turísticos em especial do segmento litorâneo vinculado ao eixo do turismo convencional. O reconhecimento de que o turismo pode desempenhar importante papel na dinamização territorial de países e dinamizar economias, na fase pós-fordista, quando os serviços passam a ter prioridade, é fato. Mesmo assim sabe-se que os benefícios gerados pela atividade não têm ocorrido a contento em municípios e comunidades turísticas, pois não têm beneficiado satisfatoriamente populações de núcleos receptores onde os empreendimentos turísticos se alocam.

O modelo de turismo convencional de cunho industrial proveniente de países desenvolvidos, especialmente europeus, que há mais de seis décadas se instala no Brasil, já não é mais considerado adequado para a realidade de países e para a competitividade dos lugares e das empresas. O mundo mudou, assim como a forma de concepção

de uso dos recursos naturais e econômicos, exigindo mudanças também na forma de produção do turismo, para que leve em conta a sustentabilidade da natureza, o respeito às culturas, a flexibilidade do mercado. A mudança de paradigmas do mundo contemporâneo mudam as gestões de governos e empresas com foco nas governanças provocando emergências de novos modelos sociais, políticos e empresariais. Alguns autores apresentam casos de sucesso de empresas envolvidas com a responsabilidade social e ambiental do entorno onde se alocam.

Os órgãos de turismo em todas as esferas administrativas otimizam os efeitos da atividade em relação ao desenvolvimento, tomando-o como crescimento econômico. O modelo de produzir é questionado e fez surgir o turismo contra hegemônico de comunidades e periferias urbanas.

O turismo é considerado pelos governos do Nordeste atividade chave para o desenvolvimento, sendo prioridade para governos e esferas políticas. O litoral do Nordeste brasileiro, desde a década de 1980, recebe investimentos dos governos estaduais, empreendedores e gestores municipais e se estabelece como polo receptor de turismo no contexto nacional e projeta-se para o mercado mundial. Os governos tornam o Nordeste competitivo e desejam inseri-lo de forma arrojada no turismo internacional. Em parte, isso é conseguido com a implantação da infraestrutura urbana, embelezamento e crescimento das metrópoles nordestinas, realçando assim os espaços luminosos do turismo, mas ao mesmo tempo os espaços opacos, ou seja, de pobreza também aparecem. Políticas públicas e privadas de turismo promovidas por governos e empresários se integram e se fortalecem levando a sociedade civil organizada a cobrar a responsabilidade social dos empreendimentos para contrapartida social. Empresas se beneficiam de lugares ocupados por comunidades nativas chegando, às vezes, a prejudicá-las, pois tem ocorrido expropriação de terras de colônias de pescadores, estímulo a desmobilização de atividades tradicionais como pesca e artesanato dentre outras, com mudanças estruturais nas comunidades receptoras de turismo.

Os 25 textos dos autores aqui apresentados concentram-se no modo como se dão as relações de poder que direcionam a produção e uso dos espaços para lazer e turismo e apresentam reflexões sobre responsabilidade social e ambiental de empresas de turismo, tema incipiente, mas de necessária discussão. Tratam também da gestão do turismo enfatizando a responsabilidade de empreendedores, mais um dos pilares de sustentação de negócios, tão importante quanto a qualidade dos serviços, tecnologia e inovação. Mostram que a responsabilidade social e ambiental de empresas de turismo tem acontecido pelo engajamento de empresários que por diferentes razões comprometem-se com a sustentabilidade da natureza e a responsabilidade social, alguns em resposta à cobrança de comunidades impactadas pelo turismo.

Os organizadores
Luzia Neide Coriolano
Fábio Perdigão Vasconcelos
Laura Mary Marques Fernandes

NORDESTE BRASILEIRO E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DE EMPRESAS DE TURISMO

Luzia Neide Coriolano¹

Fábio Perdigão Vasconcelos²

O Nordeste do Brasil, em especial o Ceará, têm sido lugar especial de alocação de empreendimentos turísticos, sobretudo do eixo do turismo convencional, com o surgimento de cadeias hoteleiras, resorts e megaempreendimentos, em contraponto às pousadas, pequenos negócios e microempreendimentos do turismo comunitário. O turismo desempenha importante papel na dinamização territorial de estados, municípios e comunidades e na dinamização de economias, nomeadamente, na fase do capitalismo flexível quando os serviços têm prioridade sobre a indústria na absorção da força de trabalho. Na sociedade pós-moderna, lazer ganha centralidade ao lado do trabalho e se faz também categoria importante de ciências sociais. Trabalho, ócio, lazer e turismo expressam momentos diferenciados na transformação da sociedade, indo da necessidade humana ao direito de folga e consumo, pois se transformam em mercadorias, para a acumulação de capital. Lazer, expressão e manifestação da sociedade contemporânea, em forma de turismo, esporte, arte, dança, folclore, festa e *show* ocupam cada vez mais centralidade no mundo contemporâneo, contrapondo-se ao que movimenta a sociedade industrial - o trabalho. Mudança de concepções, de visão de sociedade e do trabalho impõe transformações à sociedade e ao capitalismo parasitário ao tempo de fazer surgir contrapontos e esperanças de mudanças (BAUMAN, 2010). O trabalho é paradigma da sociedade

1 Professora Dr^a da Pós Graduação em Geografia–PROPGEO/UECE. Coordenadora Adjunta do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos – MPTUR/UECE. Coordenadora do Laboratório de Estudos do Território e Turismo – NETTUR/UECE. Líder do grupo de pesquisa do CNPq Turismo, território e cultura. Pesquisadora do CNPq. E-mail: luzianeidecoriolano@gmail.com.

2 Prof. Dr. do Programa de Pós-Graduação em Geografia, Coordenador do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará (UECE). E-mail: fabioperdigão@gmail.com.

industrial e seu oposto o lazer - passa a ser protótipo da sociedade flexível.

O turismo convencional promovido por governos e empresários não tem gerado benefícios a contento de todos, isto é, não beneficia satisfatoriamente as populações de núcleos receptores onde megaempreendimentos turísticos se alocam, com crescimento e acumulação de lucro empresariais, e esquecimento de responsabilidades socioambientais. O modelo de turismo convencional há mais de cinco décadas instalado no Brasil, já não é considerado adequado à realidade de países, competitividade de empresas e melhoria de lugares e residentes. O mundo mudou, assim como a forma de concepção de usos dos recursos naturais e econômicos, exigindo mudanças na forma de produção do turismo, para que se leve em conta a sustentabilidade da natureza, respeito às culturas, aos residentes, além da flexibilidade da produção. O que a sociedade cobra contemporaneamente dos empreendedores é responsabilidade social e ambiental.

Metrópoles e litorais do Nordeste, desde a década de 1980, recebem investimentos de governos, empreendedores e gestores municipais, o que o consolida região turística no contexto nacional competitivo e inserido de forma arrojada em redes do turismo internacional. Em parte, isso foi facilitado com implantação de infraestruturas, embelezamento de cidades, urbanização e reestruturação de metrópoles nordestinas, com realce de espaços luminosos do turismo que, ao mesmo tempo, revelam espaços opacos ou de exclusão social, em núcleos receptores. A instalação de equipamentos serve ao turismo fazendo ver segregação espacial, pela saída de moradores de comunidades pesqueiras no litoral. A paisagem dos lugares se altera, comunidades se modificam, há o desmantelamento de atividades tradicionais e privatização de espaço litorâneo. No Nordeste, o Ceará está entre os destinos turísticos nacionais mais procurados pelos brasileiros, com a Bahia, Pernambuco e Rio Grande do Norte. (SETUR. GTP/NE, 2009).

A implementação de “planos urbanos turísticos”, com abertura de vias em metrópoles e ao longo dos litorais, para implantação de hotéis e equipamentos de consumo turístico, culmina em 2014, com políticas públicas inovadoras na preparação da Copa de 2014, com

vertentes eminentemente técnicas do planejamento estratégico e política, baseada no planejamento participativo, conforme modelos de mudanças sociais verticalizadas, sem dar, porém suporte a movimentos sociais, embora haja experiências comunitárias e movimentos coletivos na luta de turismo mais justo. A dinâmica de mudanças pela exploração do turismo na região é significativa.

A demanda via Fortaleza foi de 2.848.459 turistas, em 2011, e a oferta hoteleira do Ceará, de 27.836 unidades habitacionais, com muitos serviços turísticos: agências de viagens, meios de hospedagem, organizadoras de eventos, transportadoras turísticas, cooperativas de táxi, guias de turismo, restaurantes e boxes de artesanato, em número sempre crescente. O turismo desempenha papel importante na economia do Ceará, os serviços representam cerca de 70% da economia e o turismo, em particular, participa, em 2011, com 10,8%, do Produto Interno Bruto (PIB). Apesar do cenário de estagnação da economia do País, o PIB do Ceará cresceu 1,05% no primeiro trimestre de 2015, pelo setor de serviços, enquanto houve retração nacional de -1,6%. Com o crescimento de 1,05%, o Ceará lidera a lista de estados que realizam o levantamento do PIB trimestral, ficando a frente de Pernambuco (0,6%), Bahia (-1,0%), São Paulo (-3,3%), Minas Gerais (-4,9%) e Rio Grande do Sul (-1,3%). No resultado acumulado dos quatro trimestres o Ceará também ultrapassou a média nacional, com 3,10% de crescimento, enquanto a queda do desempenho nacional foi de 0,9%. O resultado decorre pela expansão das atividades de turismo e serviços públicos governamentais (3,29%), e a indústria e o comércio tiveram retração. (O POVO 17/06/15).

O impacto do turismo nos serviços foi de 15,2%, no mesmo ano (SETUR, 2009). Eixos do turismo: global e local testemunham formas de realização da atividade, com a luta pela inclusão foco do turismo local, diferente convencional. Com a copa de 2014, as estatísticas se superam, pois, no primeiro jogo em Fortaleza, já se haviam recebido 94,5 mil turistas estrangeiros, superando 30 mil previstos pela organização mundial. Pela pesquisa do TriBarometer, (Global Edition, April 2014) Fortaleza lidera preferência de turistas em visita ao Nordeste, em que, no ranking nacional, a Capital do Ceará ocupa quarta colocação – atrás apenas do Rio de Janeiro, São Paulo e Gramado e, no ranking mundial,

oitava posição perdendo apenas de Rio de Janeiro, São Paulo, Nova York, Orlando, Buenos Aires, Gramado e Paris.

O objetivo desse texto é apresentar reflexões sobre responsabilidade social e ambiental de empresas de turismo, em especial, de *resorts*, tema pouco valorizado, mas necessário, e sobre gestão do turismo focalizando a responsabilidade de resorts, mais um dos pilares de sustentação de negócios, tão importante quanto à qualidade, tecnologia e inovação. Analisa-se a responsabilidade social e ambiental de empresas de turismo, em resposta às cobranças de comunidades impactadas por empreendimentos tipo *resorts*.

A difícil relação comunidade e resorts fez surgir, além do turismo comunitário, iniciativas empresariais que, embora raras e pouco conhecidas, mostram ações de empreendedores, voltadas à responsabilidade social e ambiental, indícios de mudanças do turismo e busca de qualidade ambiental e social. São fatores determinantes do sucesso de *resorts*, reputação, qualidade de instalações oferecidas e atrativos da região. De toda forma, a aceitação da comunidade é um dos maiores desafios dos megaempreendimentos (KYE-SUNG, 2003). E a reputação de empresas remete à forma de relação com trabalhadores e comunidades. O relacionamento de gestores de *resort* com comunidade demonstra o nível de responsabilidade social, de compromisso e interesse com assuntos locais. O envolvimento de empresários, na busca de melhores condições da comunidade, sem assistencialismos, impacta de forma positiva com resultados satisfatórios, crescimento e respeito a parceiros - resort e comunidade.

As empresas precisam de eficiência operacional, no sentido de não apenas diferenciar produtos para propiciar prazer e lazer de qualidade, mas de envolver, com sustentabilidade ambiental, o espaço de alocação, litoral ou área urbana, e entorno quase sempre pequeno município, ou comunidade pesqueira, pois turistas e usuários estão cada vez mais exigentes e bem informados. A responsabilidade ambiental e social dos empreendimentos turísticos passa a ser referência para escolha dos produtos turísticos pelos clientes.

Resorts do Ceará e do Nordeste brasileiro: conflitos e responsabilidades socioambientais

Resorts são admiráveis complexos hoteleiros, verdadeiras obras arquitetônicas que utilizam muitos espaços, por entenderem hospedagem, em sentido pleno, formas diversificadas de proporcionar prazer ao hóspede. Multiplicam-se assim, os espaços especializados para as mais diversas situações, com oferta de campos de *golf*, salões de beleza, *spas*, tênis, jogos, boates, ginásios, centros de convenções, cinemas, lojas, ou seja, variedade de ambientes e de serviços. São hotéis elitizados, preferencialmente em áreas naturais preservadas e, muitas vezes, distantes das urbanizadas, não necessariamente. Às vezes, verdadeiros enclaves em comunidades formam um mundo isolado e utilizam todos os meios para ter o turista sem dar-lhe chances de saída, para divertimento e consumo fora das dependências internas, motivo de difíceis relações com as comunidades. E, por variada e cativante a oferta, o tempo do turista é todo ocupado, as pessoas são privadas de contatos e de liberdade, pois o tempo lhe é roubado e as relações cerceadas sem percepção.

A capacidade de o turismo gerar emprego para pobre e periferia é enorme, jovens, mulheres, comunidades, mesmo para sem qualificação oferecendo-lhes serviços, sobretudo em balneários, zonas rurais, de ecoturismo e turismo cultural. A Organização Mundial de Turismo oficializa a questão da seguinte forma: temos consciência de que o turismo representa atividade econômica com forte intensidade de absorção de mão de obra, e abertura às pequenas empresas e iniciativas. As ideias supervalorizam o turismo e intensificam esperanças em contribuição para mudança da realidade social, dando respostas à sociedade. Para a OMT (2006), a atividade pode oferecer trabalho em diferentes espaços, litoral e meio rural, mas concretamente poucas empresas estão dispostas a mudar programas tendo em vista responsabilidade socioambiental.

No Nordeste, as empresas constroem espaços turísticos modernos, *resorts* e hotéis, alguns afiliados a grandes redes hoteleiras internacionais. *Resorts*, inicialmente, no Sul e Sudeste do Brasil, depois de 1950 se concentram no Nordeste. É notória a mudança de destino

de resorts: antes na região Sudeste, em áreas interioranas, sem mar, a partir da década de 1970, no Nordeste, resorts de praia, sendo a Bahia o primeiro estado a recebê-los. Nessa perspectiva, há estratégias que realmente contribuem para melhoria de exploração do turismo, com superação dos problemas e redesenho da fazendo-a menos perversa. Experiências calcadas no saber e no fazer dizem ser da escala regional e local a responsabilidade pelo desenvolvimento. Nesse sentido, ações de atores hegemônicos se voltam, cada vez mais, para a criação de políticas que aproximam e mobilizam intervenções de mercado com intervenção governamental, envolvendo especificamente economias regionais e locais, com redefinição do papel do poder público, perseguindo o paradigma de desenvolvimento. É aceita a ideia de que relações densas, entre atores locais, desenvolvem função determinante na competitividade das atividades econômicas. No Nordeste, as transformações se dão de forma pontual, sob o comando de interesses externos às comunidades pesqueiras, com expropriações de terras e espaços descaracterizados pela construção de megaempreendimentos e projetos turísticos. Megaprojetos dirigem a estruturação territorial para ocupação de grandes porções do solo, no litoral. Instrumentos jurídicos estão em mãos de proprietários estrangeiros, tendo grandes facilidades jurídicas para aquisição de imóveis para construções de hotéis, condomínios privados, restaurantes, discotecas, bares, centros comerciais, centros de convenções, flats, ou seja, com produção de espaços de lazer.

Consolida-se como novo mercado o turismo dito residencial ou imobiliário que tem nos estrangeiros, principais compradores mundiais. Aquisições de europeus, americanos e latinos de propriedades de segunda residência, em terras estrangeiras, nordestinas e cearenses crescem anualmente, o que significa novos imóveis e vendas que despertam interesse no mercado imobiliário internacional, e exigem assim, estudos e pesquisas para que a atividade beneficie também residente. Junto a resorts, despontam formas sofisticadas de hospedagem tais como *condohotéis* que oferecem condomínios em tempo compartilhado ou *time share, flats*, administrados pelas próprias cadeias hoteleiras, condomínios privados a que os donos têm direito ao livre uso da propriedade por alguns anos, e, desse modo, adquirem, em

aparência, categoria diferente de turista. Assim, há imigrantes que se dizem turistas e vice-versa, tornando-se difícil saber o que são e o que fazem no país.

Os espaços se voltam ao turista convencional em condições de consumo de lazer e que gostam de distanciamento da população residente. A preferência pelos núcleos receptores de turismo faz-se hierarquicamente, conforme nível da oferta turística, levada em consideração a de atrativos naturais e culturais, serviços turísticos e presença de estrutura de apoio ao turismo. Quanto melhor a oferta, maior a demanda, ou preferência de agências de turismo, conseqüentemente, do turista. A transformação da realidade mantém o natural e o moderno alimentados pela lógica do luxo, consumo e segregação espacial, como mais uma forma de reprodução do capital imobiliário. Condomínios fechados são concretizados para classe social de grande poder aquisitivo, enquanto tradicionais casas de veraneio diminuem pelo custo de manutenção e falta de segurança (causa de forte preocupação da iniciativa privada), relacionada à segregação socioespacial, contrastando com a pobreza de locais próximos. A lógica de produção urbana de lazer turístico é a mesma que alimenta a multiplicação dos empreendimentos do setor residencial dando dinâmica socioespacial a lugares que, cada vez mais, relacionam-se com outros, pelos serviços e consumo de espaços e comércio. Governos nordestinos posicionam-se a favor de empreendimentos hoteleiros transnacionais e facilitam o necessário para a atração do capital estrangeiro, assegurando infraestrutura básica de serviços urbanos de transportes, comunicações, abastecimento de água potável, pavimentação, esgotos. Supõe-se que os empreendimentos são propulsores de desenvolvimento. Isso tem sido realizado de forma contraditória, com desestruturação de comunidades pesqueiras para alocação de infraestrutura do turismo, a exemplo do que ocorreu em núcleos nordestinos de turismo internacional, como Jericoacoara, Canoa Quebrada no Ceará, Porto de Galinhas em Pernambuco e Pipa no Rio Grande do Norte, entre outros.

Os resorts combinam, em um só lugar, paisagens exuberantes com o mais elevado padrão internacional de serviços e gastronomia. Graças ao perfil, são destinos cobiçados pelo turista internacional, possibilitam ao visitante usufruto de atrativos naturais e culturais de destinos

turísticos. A prova é que resorts encabeçaram a lista de hospedagem recomendada pela FIFA para as delegações de países estrangeiros durante a Copa do Mundo, em 2014. São empreendimentos de lazer alocados em ambientes com atrativos especiais na natureza. Segundo a Associação Brasileira de Resorts são:

Empreendimentos hoteleiros de alto padrão em instalações e serviços, fortemente voltados para o lazer em área de amplo convívio com a natureza, na qual o hóspede não precise se afastar para atender as necessidades de conforto, alimentação, lazer e entretenimento. (ABR, 2013 p. 23).

Os empreendimentos de resorts apresentam formas espaciais de lazer, e são classificados em relação ao principal atrativo: terma, praia, pesca, esqui, esporte aquático, cassino, golfe, ecologia, entre outros. A Associação Internacional de Resorts – BSH - pesquisa em 117 empreendimentos, com base nos seguintes parâmetros: empreendimentos da Associação *Resorts* Brasil, com 50 unidades até 2013; empreendimento complementar, conforme critérios definidos pela BSH Internacional, ou seja, ter no mínimo 80 UHs; dois ou mais pontos de venda de alimentos e bebidas; ampla área de lazer com ativa programação durante dia e à noite. Há examinar que empresas se autodenominam resorts, sem atentar para critérios.

Resorts, no Nordeste, começam a se instalar na década de 1970, com expansão no Sudeste, marcados pelos empreendimentos - Transamérica, da ilha de Comandatuba, o Club Med Itaparica, na Bahia; além do Club Med Rio das Pedras, em Mangaratiba, no Rio de Janeiro, da Barra de São Miguel, na praia do Francês, em Maragogi, em Alagoas; os de Pipa e Extremoz, no Rio Grande do Norte; os de Angra dos Reis e Búzios, no Rio de Janeiro, e o de Maria Farinha, em Pernambuco. No Ceará, começam na década de 1990, Aquaville *Resort* (Aquiraz), Barceló Oásis (Beberibe), Beach Park Suítes Resorts (Aquiraz), The Great Seaside Porto Canoa Resort, alguns desativados. O Nordeste brasileiro, até 2014, abriga o maior número de *resorts* do Brasil, com mais de 100 empreendimentos, contando os não

filiados. Segundo a Associação de Resorts Brasileiros (2013), os empreendimentos associados são apenas 50 em todo o País, com o rigor do padrão resort. Na região Nordeste, 25 são filiados: 5 na região Centro Oeste, 10, na região Sudeste e 10 no Sul. O Quadro 1 apresenta *Resorts* da Região Nordeste.

ABERTURA	RESORT	UH's	OPERADORA	ESTADO	CIDADE	ASSOCIADOS
1979	Club Med Itaparica	334	Club Méditerranée	BA	Itaparica	
1979	Jatiúca Resort	175	Jatiúca Hotéis & Resorts	AL	Maceió	X
1976	Pestana São Luis	124	Pestana Hotels & Resorts	MA	São Luís	
1979	Thermas de Mossoró	145	Independente	RN	Mossoró	
1986	Tivoli Ecoresort Praia do Forte	292	Tivoli Hotels & Resorts	BA	Mata de São João	X
1989	Village Pratagy Resort	242	GJP Hotéis & Resorts	AL	Maceió	
1989	Transamérica Ilha de Comandatuba	360	Transamérica Hotéis	BA	Uma	X
1989	Salinas do Maragogi Resort	236	Grupo Salinas	AL	Maragogi	X
1989	Pontal de Ocaporã	217	Independente	PE	Ipojuca	
1990	Arraial D'Ajuda Eco Resort	164	Independente	BA	Arraial d'Ajuda	X
1990	Cana Brava Resort	174	Independente	BA	Ilhéus	X
1992	Serrambi Resort	149	Independente	PE	Ipojuca	
1993	Eco Resort Tororombá	100	Independente	BA	Ilhéus	

ABERTURA	RESORT	UH's	OPERADORA	ESTADO	CIDADE	ASSOCIADOS
1995	Catussaba Resort Hotel	259	Catussaba Hotéis & Resorts	BA	Salvador	X
1996	Pirâmide	315	Independente	RN	Natal	
1996	Ocean Palace Beach Resort & Bungalows	315	Independente	RN	Natal	X
1996	Beach Park Suítes Resort	180	Beach Park	CE	Aquiraz	X
1997	Vila Galé Eco Resort do Cabo	300	Grupo Vila Galé	PE	Cabo de Santo Agostinho	
1999	Oceani Beach Park Resort	131	Beach Park	CE	Aquiraz	X
1999	Aquaville Resort	85	Independente	CE	Aquiraz	
2000	Summerville Beach Resort	202	Pontes Hoteis & Resorts	PE	Ipojuca	X
2000	Sauípe Pousadas	198	Sauípe S.A.	BA	Mata de São João	X
2000	Sauípe Fun	235	Sauípe S.A.	BA	Mata de São João	X
2000	Sauípe Park	404	Sauípe S.A.	BA	Mata de São João	X
2000	Sauípe Premium	198	Sauípe S.A.	BA	Mata de São João	X
2000	Sauípe Club	324	Sauípe S.A.	BA	Mata de São João	X
2001	Sauípe Class	256	Sauípe S.A.	BA	Mata de São João	X
2001	Pestana Natal Beach Resort	188	Pestana Hotels & Resorts	RN	Natal	X
2001	Nannai Beach Resort	91	Independente	PE	Ipojuca	X
2001	Ritz Lagoa da Anta Urban Resort	198	Hotéis Ritz	AL	Maceió	X
2002	Costa Brasilis Resort	122	GJP Hotéis & Resorts	BA	Porto Seguro	X

ABERTURA	RESORT	UH's	OPERADORA	ESTADO	CIDADE	ASSOCIADOS
2002	Club Med Trancoso	250	Club Méditerranée	BA	Trancoso	
2003	La Torre Resort	211	Independente	BA	Porto Seguro	X
2005	Marulhos Suítes	120	Independente	PE	Ipojuca	
2005	Serhs Natal Grand Hotel	396	Serhs Hotéis	RN	Natal	X
2005	Beach Class Resort Muro Alto	111	Atlântica Hotéis International	PE	Ipojuca	
2005	Gran Solare Lençóis Resort	242	BHG	MA	Barreirinhas	
2006	Enotel Porto de Galinhas	348	Enotel Hotéis & Resorts	PE	Ipojuca	
2006	Iberostar Bahia Resort	632	Iberostar Hotéis and Resort	PE	Ipojuca	
2006	Grand Oca Maragogi Resort	229	Oca Hotels	AL	Maragogi	
2006	Vila Galé Marés Resort	447	Grupo Vila Galé	BA	Camaçari	
2007	Prodigy Beach Resort & Conventions Aracaju	208	GJP Hotéis & Resorts	SE	Aracaju	
2008	Beach Park Acqua	123	Beach Park	CE	Aquiraz	X
2008	Salinas de Maceió Beach Resort	151	Grupo Salinas	AL	Maceió	
2008	Gran Hotel Stella Maris	334	Sol Express	BA	Salvador	
2008	Iberostar Praia do Forte	536	Iberostar Hoteis and Resorts	BA	Praia do Forte	

ABERTURA	RESORT	UH's	OPERADORA	ESTADO	CIDADE	ASSOCIADOS
2008	Villa Hípica Resort	100	Independente	PE	Gravatá	
2009	Mussulo Beach Resort by Mantra	102	Mantra Group	PB	Conde	
2010	Dom Pedro Laguna Beach Villas & Golf Resort	102	Dom Pedro Hotels	CE	Aquiraz	X
2010	Vila Galé Cumbuco	465	Grupo Vila Galé	CE	Caucaia	
2010	Grand Palladium Imbassaí Resort & Spa	654	Fiesta Hotel Group	BA	Mata de São João	
2012	Best Western Plus Vivá Porto de Galinhas	120	Best Western	PE	Ipojuca	
2013	Beach Park Wellness Resort	360	Beach Park	CE	Aquiraz	

Quadro 1 - Resorts da Região Nordeste.

Fonte: Adaptação. CORIOLANO, L. N. 2014.

No Nordeste, os resorts são espaços seletos, na maior parte, em litorais pouco habitados, com comunidades pesqueiras. No entanto, empreendedores de *resorts*, muitas vezes, ignoram a população na época da implantação de resorts, havendo desrespeito e descaso com residentes e habitantes nativos. Embate e luta pela terra de comunidades, depois de anos de discussões, levaram à cobrança de responsabilidade social e ambiental de empresas turísticas. *Resorts* empregam força de trabalho desqualificada e de baixo nível escolar em trabalhos de vigia, jardinagem, ou seja, trabalho de baixa remuneração. Capacitação e preparação com treinamentos específicos, a muitos empresários não interessa investir, assim, os melhores cargos de alto e médio nível são ocupados pelos de fora da comunidade.

O abastecimento do empreendimento nem sempre é local, também não dinamiza o comércio. Apesar de o Estado oferecer infraestrutura, conceder isenção fiscal, ter baixo custo de compra de terreno, não se exige contrapartida de responsabilidade social o que poderia ser revertido em favor de comunidades. Há necessidade de maior controle do Estado de mitigação de impactos ambientais, descaracterizações de paisagens com exigência de modelos arquitetônicos compatíveis com material adequado, controle de recursos hídricos e valorização da cultura. Sobretudo potencializam a cultura pela valorização das peculiaridades, festas folclóricas, artes, mitos, artesanatos, gastronomia, festas e eventos temáticos.

A Organização Mundial de Turismo, ainda em 2001, lança no Nordeste nova diretriz do turismo mundial: competitividade e luta contra a pobreza³, quando inclusão-exclusão é mais intensamente associada do turismo. O órgão maior do turismo, pela primeira vez, reconhece exclusão de parte da população, apesar de fator de inclusão social, ambiguidade reconhecida pela Organização Mundial de Turismo – OMT. A comunidade internacional reconhece que disparidades de desenvolvimento aumentam, ao invés de desaparecerem, o que expõe a vida humana a elevados riscos, tornando a redução das disparidades, em escala mundial, em cada país, região e lugares, desafio da humanidade. O turismo é predador do espaço e gerador de agravos ambientais e danos irreversíveis. São desafios da modernidade: transposição da enorme distância entre ricos e pobres, luta contra a pobreza e manutenção de recursos da terra para as futuras gerações. Apesar da compreensão de parte do dilema, não há proposta concreta de programa ou projeto de ações práticas. As Nações Unidas estão dispostas a colaborar com governos que apresentam ações pontuais, desconexas, paternalistas e paliativas, escamoteando questões de espaço e contradições do modelo econômico.

No Brasil, cada vez mais, pessoas de elevado poder aquisitivo procuram espaços opostos aos da classe trabalhadora. É a segregação socioespacial: elite em espaços valorizados e pobres em espaços

3 Na 65ª Reunião do Conselho Executivo da Organização Mundial de Turismo (OMT), realizada em Natal, Rio Grande do Norte, 2001.

periféricos desvalorizados, sem infraestrutura, sem urbanização. Yázigi (1999) chama de confinamento territorial intramuros o isolamento da classe alta, como autodefesa. Entretanto, na ocupação urbana, não se evitam problemas de segurança e serviços sem qualidade. A corrida da classe abastada para empreendimentos residenciais de luxo, distantes do centro dinâmico da metrópole, significa fuga de problemas sociais e urbanos, diante de injustiça social, do descaso dos governantes e de políticas contraditórias, pela produção e consumo da sociedade capitalista. Entre variados e inovadores atrativos do mercado imobiliário, tem-se lazer, importante diferencial de condomínios. Para Yázigi (1999, p. 51), condomínios fechados proliferam como “forma sacramentada de lazer e desporto, a ponto de se tornarem coisa rotineira nos condomínios residenciais, antes só residenciais”. A proliferação de empreendimentos imobiliários (condomínios) também se vincula à atividade. Tem-se a chamada emergência das “bolhas imobiliárias” em destinos turísticos como explica a citação a seguir:

Em alguns países, a emergência de um *boom* imobiliário parece estar vinculada à expansão do turismo, notadamente, à entrada de turistas estrangeiros em seus territórios. Podem ser citados, como exemplos, o que aconteceu com algumas regiões da Espanha, em seguida com alguns países do sudoeste asiático e, posteriormente, após o tsunami de 2004, com algumas capitais do litoral do Nordeste brasileiro. O intenso movimento de compra de terrenos e imóveis, bem como a construção de grandes empreendimentos imobiliários por europeus no litoral nordestino tem sido revelado em várias reportagens veiculadas, inclusive, em jornais estrangeiros. Muitos desses turistas combinam interesses de aplicação com o de constituir uma segunda residência nesses locais, o que tem levado ao incremento substancial dos preços dos terrenos e imóveis construídos. (BEZERRA; CLEMENTINO, 2008, p. 3).

O turismo desenvolve mecanismo propagador de “bolhas” de

imóveis conforme Kindleberger (2000), relacionando o termo “bolha” ao que está em movimento para cima, inflando, a economias de propensão financeira frágeis, ou seja, sujeitas a estouro. Os resorts fazem parte de mercado imobiliário de investimentos questionados, pois se constroem resorts sem demanda assegurada, e sempre em crescimento.

Entre atividades do turismo, a hospedagem é a mais impactante por exigir apropriação de espaços, ou seja, produção de territórios, e por gravitar em torno os demais serviços. Oferta de hospedagem não significa apenas disposição de espaços de dormida, mas, de brincadeira e consumo de infinidade de produtos e serviços de que o turista necessita, sobretudo objetos induzidos pelo mercado, transformando assim hotéis e resorts em minicentros comerciais. Para acompanhamento do processo de instalação de hotéis, surge na área, nova modalidade de hospedagens – os resorts, hotéis sofisticados, dirigidos a grupos especiais. Os resorts são hotéis de turista propriamente dito, ou seja, quem busca lazer e pode pagar por isso. Os impactos dos resorts, no litoral do Ceará e do Nordeste incidem sobre o meio ambiente e sobre comunidades e desencadeiam cobrança de responsabilidade socioambiental de empresas turísticas, em especial, de resorts.

A resistência ao turismo convencional fez emergir o eixo do turismo comunitário com estratégias de sobrevivência baseadas na criatividade humana, uso de tecnologias, como forma de inclusão no trabalho. Como atividade reestruturadora de crises econômicas industriais, os serviços tomam aparente vanguarda entre as atividades econômicas atuais, e o turismo aparece em grande destaque. O importante das experiências é vislumbrar possibilidades de comunicação e inclusão de comunidades em práticas positivas que o turismo pode dinamizar. Exemplos se multiplicam no contexto de mercado global, tendo em vista maior participação de lideranças em “nichos” que favorecem pequenos e microempreendedores, na cadeia produtiva do turismo. Sendo assim, torna-se necessário descobrir meios para que, em diferentes lugares, coletividades encontrem, via turismo, novas potencialidades de inclusão social. Seja como oportunidade de organização de pequenos empreendimentos e arranjos produtivos locais; seja como atividade remunerada regularmente, garantindo renda familiar e minimizando o impacto do desemprego que continua

a atingir grande parte da população residente, em diferentes lugares turísticos.

Responsabilidade Socioambiental de Empresas de Turismo

A crítica ao desenvolvimento segregado e depredador de natureza leva à exigência de modelo de desenvolvimento pautado no respeito à natureza e à sociedade e exige mudança de comportamento de empresas: não basta gerar empregos e pagar salários mínimos. O desenvolvimento há que conservar a natureza e recursos e evitar a degradação de ambientes, e assim afirmam Scour (1998) e Swarbrooke (2000), a prosperidade deve ser equitativa e redutora de desigualdades, para ser sustentável. Grandes complexos hoteleiros, em lugares de economia estagnada, desencadeiam brusca ruptura de condições de vida, criam situação para a qual a comunidade não está preparada, pelas relações sociais contraditórias e, muitas vezes, com rejeição ao turismo. As empresas *resorts* são de fato:

Instalações suntuosas, de arquitetura clássica ou moderna, arrojadas, mas que, em alguns casos não deixam de agredir o conjunto paisagístico da área onde se instalam. Pela própria imponência das edificações e grande luxo das instalações provocam constrangimento e separação social entre os visitantes e as populações das cidades próximas, reproduzindo, no presente, a distância dos senhores feudais e a corte em relação ao povo e vassalos. (BENI, 2006, p. 79).

Pensar turismo como política econômica promotora de desenvolvimento para o país, estado ou região, como o Ceará, implica, além da preparação de núcleos receptores, direcionar resultados financeiros da atividade para solução dos problemas socioambientais e capacitação de força de trabalho, para sustentação do turismo. É estimular políticas de ampliação de fluxos de entrada de turistas como busca de divisas para melhoria de condições de vida das populações receptoras, e o turismo seja efetivamente sustentável. O turismo, em essência, tem capacidade de contribuir para o mundo saudável, pela influência de viagens internacionais intensificando contatos

interculturais entre povos, em processo de colaboração e pelo poder mudanças socioculturais. (Kelly, 2006). Em regiões pobres, ele não é direcionado a tal fim, o que significa posição elitista e antissocial de gestores, incluindo os públicos.

A expansão do turismo configura-se como fruto do processo histórico, do avanço civilizatório, e, apesar do crescimento vertiginoso desde a década de 1980, no Ceará, é fenômeno minoritário, próprio dos que contam com opulência. Em estados do Nordeste, o turismo é oportunidade de geração de trabalho e não política para possibilitar viagem ao cidadão, o que seria de fato uma autêntica política de turismo. A alocação de infraestrutura urbana, estradas, viadutos e túneis não é política de turismo, mas, políticas compensatórias de preparação de núcleos receptores, e se faz necessário cobrar responsabilidades de empreendedores que não atentam para os limites da natureza e direitos de residentes.

Dimensão social significa desenvolvimento sustentado pela civilização, com maior equidade na distribuição de renda e de bens, de modo a reduzir diferença gritante entre padrão de vida de ricos e pobres. Significa levar empresas e gestores a introduzirem práticas e gestões de proteção do meio ambiente, e satisfação de pessoas envolvidas direta e indiretamente com o trabalho e comunidades. Busca da gestão eficiente de recursos naturais e econômicos ganha força, desde meados do século XX, com foco no planejamento empresarial corporativo dos empreendimentos e da expressividade no mercado, prática cada dia mais vivenciada pelos grupos e comunidades e não apenas pelos segmentos de esferas públicas, privadas e não governamentais. Criam-se instâncias de governança ou sistemas relacionais de gestão do turismo, em instância regional, para facilitar inter-relações de cooperação, na organização e desenvolvimento da gestão do turismo. Kotler (1996) considera que responsabilidades sociais são atribuições que a sociedade estipula para as instituições, tendo por objetivo definir obrigações relacionadas à preservação do meio ambiente, aos direitos de minorias e aos direitos das populações estabelecidas.

Compromisso de organização ou empresa com a sociedade, expresso por atos e atitudes que afetem positivamente, de modo

amplo, ou de modo específico, com ações proativas e coerentes com o social e ambiental, no que tange à função específica que desempenha na sociedade, significa responsabilidade social. Ao assumir a empresa obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, de proteção da natureza e direitos do cidadão, contribui para o desenvolvimento sustentável e o grupo envolvido se preocupa com responsabilidade. Assim, em visão expandida, responsabilidade social é toda e qualquer ação que contribui “para a melhoria da qualidade de vida das pessoas em sociedade e relaciona-se com a ética e transparência na gestão dos negócios que reflete nas decisões cotidianas que podem causar impactos na sociedade, no meio ambiente e no futuro dos próprios negócios” (ETHOS; SEBRAE, 2003, p. 9). Responsabilidade social dos serviços turísticos tem notoriedade, pois se apresenta como setor econômico importantes da economia global, responsável por aproximadamente 10% do PIB mundial, empregando mais de 221 milhões de pessoas.

Responsabilidade socioambiental da empresa tem foco também no desenvolvimento flexível que atenta para o compromisso com a sociedade e contribui para melhoria das condições da vida coletiva, facilita ou reordena a vida em sociedade objetivando torná-la melhor para todos. De modo mais objetivo ações empresariais relacionam-se a gestões em que o social e o ambiental se agregam à produção econômica e à transformação da qualidade de vida da sociedade. A postura responsável, em âmbitos social e ambiental, exige estudos com base em fundamentações teóricas, pautadas na complexidade e na dinâmica da natureza e da sociedade. Responsabilidade social e ambiental é competência de empresas que buscam lucro, embora o social coletivo seja da competência dos governos. As empresas cujas atividades afetam a natureza e residentes precisam assumir a responsabilidade social e ambiental e, assim, respeitar lugares, comunidades e ajudar na diminuição da desigualdade social e degradação da natureza. Nem todos os empresários têm consciência da situação e não é fácil exigir de empresas posturas responsáveis de responsabilidades social e ambiental. Campos (1990), sobre responsabilidade social deixa claro que, nas sociedades democráticas modernas, é aceito como natural o compromisso com a responsabilidade e espera-se que os governos e o serviço público sejam responsáveis perante os cidadãos. E acrescenta

que, enquanto o *accountability* está presente na administração pública, nos estados norte-americanos, desde os anos 1970, e não restrito a desenvolvimento organizacional ou reforma administrativa, até porque o controle burocrático não é suficiente para a efetiva responsabilidade de funcionário público no Brasil, no período, há total desrespeito pela clientela, a não ser quando recomendado por autoridades e falta de zelo pelos “dinheiros públicos” é considerada supostamente pertencente a dono tão rico quanto incapaz de cobrar responsabilidades.

De acordo com a Lei Nº 1305/2003, a responsabilidade social no País é obrigatória apenas para empresa de grande porte (ETHOS, SEBRAE, 2003). Com relação à de médio e pequeno porte, é fazê-la entender vantagens de adesão à prática, mostrando a gestores que postura empresarial, no século XXI, se configura essencial à continuidade, à manutenção dos recursos naturais finitos - do planeta. Responsabilidade social, para Oliveira (2000, p. 205), é o “objetivo social da empresa somado à atuação econômica e inserção da organização na sociedade como agente social e não apenas econômico”. É a proteção ao ambiente, segurança e saúde de colaboradores, respeito aos direitos humanos, assim como relações saudáveis entre chefes, empregados, clientes, fornecedores e comunidades. A transparência de comunicação com todos os grupos sociais são exemplos de práticas sociais desejáveis, por haver preocupação com o público, sem perder o foco dos negócios, desde gestores, acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, comunidade, governo, ou seja, *stakeholders*. Todos afetam ou são afetados pelo trabalho empresarial que compromete a natureza, território e residente.

Identificar empreendedores de turismo, em especial de megaempreendimentos que atentam para a responsabilidade social, faz-se necessário, no Nordeste, especialmente no Ceará, onde há problemas de investimentos turísticos, com resistência de nativos, de comunidades, e exigências de mudanças de atitude das empresas. Certamente, em meio às que degradam e desrespeitam trabalhadores e moradores, há as comprometidas com a conservação ambiental, bem-estar e melhoria da qualidade de vida dos que trabalham com direitos sociais de comunidades, ou que se dizem afetadas pela poluição, pela invasão da tranquilidade, tornando-se perigoso e injusto generalizar. O

turismo envolve grupos sociais, seja na cadeia produtiva que compreende bens e serviços, seja no usufruto de vantagens da atividade, ou de consequências negativas que provoca, necessitando de mediador entre as partes para que os problemas sejam desenvolvidos de forma ética e responsável. Mediação na difícil relação entre empresa e comunidade para promoção de contatos saudáveis entre autóctones, empresa e *stakeholder*. Na contemporaneidade, as transformações de ordem econômica, política, social e cultural exigem mudanças de relações entre instituições, mercados, organizações e sociedade. No crescimento de nível de consciência e de respeito aos direitos, frente aos conflitos e jogos de interesse, há maior cobrança da sociedade, o que resulta em esforços múltiplos para o cumprimento de responsabilidades de todos: órgãos governamentais e iniciativa privada precisam estar integrados em compromisso.

Historicamente estudos sobre responsabilidade social iniciam, nos Estados Unidos, em 1950, na Europa, em 1960, segundo Bicalho (2003, p 32), em países mais industrializados que causaram graves problemas socioambientais, “sendo referência os estudos de Charles Eliot (1906), Arthur Hakley (1907) e John Clarck (1916)”. Inicialmente as ideias causam estranheza, depois se amplia a dimensão do debate e a responsabilidade social transforma-se em objeto de estudo empresarial, acadêmico revelando-se elemento decisivo para o desenvolvimento responsável da empresa.

Impactos empresariais, sobretudo de indústrias, em larga escala, causam preocupações e apontam a necessidade de cuidados com responsabilidades. Indivíduos e instituições, consumidores e/ou investidores adotam, progressivamente, critérios sociais em decisões. Há consumidores que recorrem a rótulos de certificação de responsabilidade social e ecológica para compra de produtos. Danos causados ao ambiente por atividades econômicas geram preocupações crescentes entre cidadãos que pressionam empresas à observação de responsabilidades ambientais exigindo de entidades reguladoras, legislativas e governamentais, produção de quadros legais apropriados e vigilância na aplicação. Os meios de comunicação social e modernas tecnologias da informação e comunicação dão à atividade empresarial e econômica transparência, o que resulta em conhecimento rápido e

profundo de ações empresariais. Responsabilidade social diz respeito ao cumprimento de deveres e obrigações do indivíduo e empresas para com a sociedade. É recompensa de nativos, moradores e a própria natureza pela “invasão” da empresa.

Conceitos e práticas de responsabilidade social e ambiental são recentes, em processo de construção. A divulgação de práticas de gestão de responsabilidade socioambiental nos países amplia cultura, em esferas públicas, privadas e organizações não governamentais (LOUETTE, 2007). Há organismos que capacitam empresas, em etapas da gestão para ações que contribuam para aprendizagem, autoavaliação, prestação de contas e incorporação de princípios de responsabilidade socioambiental em atividades empresariais, governamentais e de prestação de serviços. Responsabilidade social e empresarial, para muitos, é pura enganação porque a empresa não deixa de querer lucro e acumulação, significa apenas calar a boca de incomodados com mudança de objetivos de empresas capitalistas que buscam sobremaneira lucro e aumento da produtividade, apenas produzem atentando para riscos ambientais e impactos sobre a vida humana. Empresas que desenvolvem ‘ações sociais esporádicas, sem nenhum foco e cujas ações são simplesmente filantrópicas e assistencialistas, não são socialmente responsáveis’ (MELO NETO; BRENNAND, 2004, p.13).

A empresa, com filosofia e prática de responsabilidade socioambiental, tende à gestão consciente e clareza de missão e articulação com a sociedade. Consegue melhor ambiente de trabalho, com comprometimento de funcionários, relações consistentes com fornecedores e clientes e melhor imagem na comunidade. O que “contribui para permanência e crescimento e diminuição do risco de mortalidade, que costuma ser alto entre negócios” (ETHOS; SEBRAE, 2003, p. 7). A responsabilidade empresarial com a natureza e com a sociedade é fator de competitividade no mundo de negócios e as empresas que não se enquadram “a esses padrões do mercado produtivo e comercial se distanciam dos mercados consumidores mais exigentes”. A competitividade empresarial não se restringe apenas a valor de produtos, ao atingir o consumidor final, mas às etapas do processo produtivo e os *stakeholders*, pessoas ou empresas que, de alguma maneira, são influenciadas pelas ações da organização, constituindo partes

interessadas. Competitividade, na esfera da responsabilidade social e empresarial, significa compromisso e envolvimento para melhoria do processo produtivo, além da qualificação e aperfeiçoamento de quem participa na produção. E assim:

Fabricar produtos ou prestar serviços que não degradem o meio ambiente, promover a inclusão social e participar do desenvolvimento da comunidade de que fazem parte, entre outras iniciativas, são diferenciais cada vez mais importantes para as empresas na conquista de novos consumidores ou clientes (ETHOS; SEBRAE, 2003, p. 6).

Desta forma, ação somada a outras dinamiza o modelo de produção, tendo em vista exigências de cobranças e pressões sobre o ambiente e sociedade e não inviabiliza a produção. Quem acredita em responsabilidade e diálogo conquista mais clientes e respeito da sociedade. Refere-se à maneira como empresas realizam negócios, critérios que utilizam na tomada de decisões, valores nas definições de prioridades e formas de relacionamento com o público com os quais interagem. Conforme Louette (2007, p. 5) a responsabilidade socioambiental empresarial:

É uma visão estratégica da responsabilidade como um dos elementos de base para garantir concretamente a evolução sustentável das atividades humanas. Só assim se pode construir base para decisões políticas e criação de estratégias empresariais e governamentais condizentes com o estado atual do mundo, de escassez e insustentabilidade.

Avanços de telecomunicações tornam cada vez mais intensos a divulgação dos danos ao ambiente, poluição de mananciais, desmatamentos, queimadas, entre os impactos. A sociedade espera resposta de quem polui, destrói e degrada os recursos naturais de forma devastadora, e causa impactos sobre a vida humana. Cobranças da

sociedade levantam discussão sobre o tema, e contribuem para mudança de pensamento de gestores empresariais. Os desafios socioeconômicos e ambientais estão diretamente relacionados à gestão de empresas, pois comprometem diretamente a natureza. No que se refere à política de responsabilidade social é:

Forma de gestão integrada, ética e de transparência dos negócios e atividades e das relações com todas as partes interessadas, promovendo os direitos humanos e a cidadania, respeitando a diversidade humana e cultural, não permitindo a discriminação, o trabalho degradante, o trabalho infantil e escravo, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e para a redução da desigualdade social. (LOUETTE, 2007, p. 12)

Trabalhar com tal mentalidade implica modificar a forma de ver a empresa, natureza, recursos naturais e trabalhadores. Essa mudança de mentalidade leva à criação do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável – CEBDS – em defesa de princípios e práticas do desenvolvimento sustentável, no contexto empresarial, conciliando dimensões econômica, social e ambiental, integrando a rede de conselhos que trabalham para disseminação da ideia. Importante Instituto tem mobilizado e ajudado empresas na gerência de negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção da sociedade sustentável e justa, Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, núcleo de organização de conhecimento, de troca de experiências e desenvolvimento de ferramentas que auxiliam as empresas na análise de práticas da gestão e aprofundamento de compromissos com responsabilidade corporativa para Louette (2007).

Sobre desenvolvimento sustentável, o autor diz que se tornou fórmula de expressão da necessidade de manter equilíbrio entre as dimensões econômica, social e ambiental, em escala global. Verifica-se, desde a década de 1990, aumento de certificações que tornam os conceitos de responsabilidade socioambiental e desenvolvimento sustentáveis credíveis e fortalecidos, e que, dada a ambição e ganância das empresas capitalistas, descreditaram-se por muitos anos. Quanto

às experiências inovadoras em responsabilidade social e ambiental, Louette (2007, p. 25) afirma que “coexistem experiências inovadoras – que têm como centro o diálogo com *stakeholders* e conhecimento dos impactos em toda a cadeia produtiva”, práticas gerenciais pontuais que sanam problemas derivados do contexto social crítico, no Brasil. Difícil incluir as práticas na cultura, sistema de trabalho e gestão empresarial.

Contemporaneamente, as condições sociais têm-se agregado à prática participativa em gerência, em bases sociais: democratização das relações sociais; desenvolvimento da consciência de classe e do agrupamento profissional entre os trabalhadores; aumento do nível educacional; velocidade das mudanças; intensidade das comunicações (MOTTA, 1996, p. 148). Para esse autor, a participação compreende formas e meios pelos quais os membros de organização, indivíduos ou grupos influenciam os destinos da organização, contemplando forma de integração interna. Na perspectiva gerencial, a participação diz respeito à democratização em nível de tarefas, abrangendo formatos de organização de trabalhadores. Entre as formas de participação direta, sobressai o planejamento participativo que vai ao encontro do planejamento tradicional, tecnocrata e tecnicista, pressupondo integração de atores, favorecendo eficácia e eficiência organizacional da empresa ou do Estado. Entre as formas de participação direta, no âmbito empresarial, destacam-se os círculos de controle de qualidade e processos grupais de decisão e ação. E como formas de participação indireta, têm-se negociações coletivas que inferem na participação por contraposição, cogestão que se baseia na participação por integração e a autogestão fundamentada na autonomia.

Considerações Finais

A necessidade de dar ao turismo dimensão social, cultural e ambiental é imposição do mundo contemporâneo e da economia flexível. O crescimento econômico concentrado produz sociedade desigual, violenta, rebelde, distante de sociedade desenvolvida. O turismo, no Nordeste e Ceará tem se afirmado globalizante dando prioridade a empreendimentos que primam pela acumulação de capital e de lucro, sem compromisso social e com desestruturações de sistemas socioculturais e degradação de ambiente. Há buscar desenvolvimento

social, o que significa produção de riqueza menos concentrada, com partilha e distribuição, oportunidades de trabalho considerando os princípios de equidade, justiça social e respeito a direitos humanos. Pobreza e desigualdade social são incompatíveis com a imagem do Nordeste e Ceará turísticos e com a capacidade produtiva. Apesar de esforços governamentais e institucionais de integração da população com o turismo, não se pode afirmar que a atividade turística tenha ajudado a combater efetivamente a pobreza. É difícil solicitar a empresários o combate à pobreza, mas é justo que se lhes cobre responsabilidade social de empreendimentos e é isso que a sociedade tem cobrado aos governos e às empresas privadas.

O debate sobre responsabilidade social, ambiental e turístico sustentável faz-se necessário. A realidade cearense exige que destinos turísticos melhorem os espaços urbanos, conservem o ambiente e que empreendedores sejam incentivados a colocar produtos, e considerem o cultural e os valores sociais. Se o empreendedor precisa de lucros para se manter economicamente, os turistas querem experiências de qualidade; governos, desenvolvimento socioeconômico e comunidades precisam ser respeitados, oferecidas oportunidades de trabalho que garantam qualidade de vida. A própria definição de sustentabilidade exige conciliação de interesses de grupos com o turismo.

Conhecer iniciativas internacionais e nacionais de sustentabilidade do turismo desperta, na consciência de gestores empreendedores, residentes e turistas, a necessidade de mobilização de esforços nessa direção. Também é condição básica que a sociedade e os *stakeholders* da atividade turística participem de políticas para evitar desencontros. Daí a importância de lideranças políticas de governos, empreendedores e comunidades para assegurar tais premissas, com comunicação clara para conciliação de interesses. A prática precisa fazer parte da conduta empresarial, o que se faz com ações de responsabilidade social e ambiental, e planejamento turístico de destinos. Pensar o turismo articulado com territórios e residentes requer políticas articuladas, com visão estratégica, capazes de mitigar os impactos insatisfatórios gerados e aproveitar melhor potencialidades locais. Embora interesses entre sócios do turismo sejam diferentes, sempre há pontos convergentes que podem ser identificados e trabalhados de forma a garantir interesse

maior da coletividade. Empreendedores de turismo precisam eleger princípios, parâmetros de ações de responsabilidade social: transparência e clareza na implantação de empreendimentos, definição clara e precisa de objetivos e intenções, capacidade de absorção de expectativas de parceiros, em especial, da comunidade ou de assimilação de expectativas da população. Que empresas e comunidades elaborem planos de ações em parceria, acompanhados pelo grupo de ação em que representantes de empresa, assessores e líderes de comunidades fortaleçam o turismo do Nordeste e do Ceará.

Bibliografia Consultada

ABR. ASSOCIAÇÃO RESORTS BRASIL. BSH INTERNATIONAL – 2013. 2013. Disponível em [http://www.resortsbrasil.com.br/images/relatorios/Pesquisa%20%20Resorts%20no%20Brasil%20\(BSH%202013\).pdf](http://www.resortsbrasil.com.br/images/relatorios/Pesquisa%20%20Resorts%20no%20Brasil%20(BSH%202013).pdf). Acesso em 05 fev. 2012.

ASHLEY, P. A. **ÉTICA e Responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BAUMAN, Zigmunt. **Capitalismo Parasitário**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BENI, Mário C. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, (Série Turismo) 2006.

BEZERRA, Márcia M. de Oliveira; CLEMENTINO, Maria do L. Miranda. Bolhas Imobiliárias e Turismo In: Simpósio: Espaço Metropolitano, Turismo e Mercado Imobiliário, 2008. Fortaleza – CE. **Anais** Observatório das Metrôpoles Núcleo Região Metropolitana de Fortaleza, 2008. Disponível em: <<http://turismoimobiliario2008.metrowiki.net>> Acesso em: 15 dez. 2008.

BICALHO, Aline. **Responsabilidade Social das Empresas: Contribuição das Universidades**. São Paulo: Editora Peirópolis, 2003.

CAMPOS, Anna Maria M. Accountability: quando podemos traduzi-la para o português? **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro, 24(2) 30-50, jan/abr, 1990.

EMBRATUR. <http://www200.236.105.128./embratur/atribuicoes.htm>. Acesso em 21/06/2008.

ETHOS; SEBRAE. **Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – passo a passo**. São Paulo: INSTITUO ETHOS/ SEBRAE, 2003

KELLY, I. **Introduction to peace through tourism**. International Institute for Peace through Tourism. Occasional Paper N. 1, March, 2006.

KINDLEBERGER, C. P. *Manias, panics and crashes: a history of financial crises*. New York, Basic Books, 1978. Edição revisada, 1989. Tradução para português: Manias, pânico e crashes: um histórico das crises financeiras. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1996.

KYE-SUNG, Chon; RAYMOND, T. Sparrowe. **Hospitalidade**: conceito e aplicações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

LOUETTE, Anne (Org.). **Gestão do Conhecimento**: compêndio para a sustentabilidade: ferramentas de gestão de responsabilidade socioambiental. São Paulo: Antakarana Cultura Arte e Ciência, 2007.

MELO NETO, F. Paulo; BRENNAND, J. Melo de. Empresas socialmente sustentáveis: o novo desafio da gestão moderna. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

MOTTA, P. R. **Gestão Contemporânea**: A ciência e a arte de ser dirigente. — Rio de Janeiro: 6 Ed., Record, 1996.

OLIVEIRA, F. A Crise e a Utopia do Trabalho. In. Economia dos Setores Populares: entre a realidade e a Utopia. In: KRAYCHETE, G.; LARA, F. COSTA, B. (org). Questões Debatidas. Petrópolis: Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

OMT, Organização Mundial de Turismo (2006): World Tourism Barometer. Disponível em <<http://www.world-tourism.org/>> Acesso em: 10 de abr. de 2010.

O POVO - 17/06/15. O PIB do Ceará.

SCOUR, Henry Robert: **Poder, cultura e ética nas organizações**. Rio de Janeiro: ED Campos, 1998.

SETUR. GTP/NE. **O desempenho do turismo no NE.2002/2008**. Abril, 2009. Disponível em http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4_of_estudos-e-pesquisas. > Acesso em 05 fev. 2012.

SWARBROOKE, John **Turismo Sustentável**: setor público e cenários geográficos. Vol.3. São Paulo: Aleph (Série Turismo), 2000.

TriBarometer, (Global Edition, April 2014). Disponível em: <<http://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/n2200/tripbarometer-april-2014-global-edition>>. Acesso em 05 fev. 2015.

YÁZIGI, Eduardo. **Turismo**: uma esperança condicional. São Paulo: Plêiade, 1999.

EVOLUÇÃO DO TURISMO NO NORDESTE

José Valdo Mesquita Aires Filho⁴

Luzia Neide Coriolano⁵

Introdução

A atividade turística nos últimos anos tem sido de extrema importância para o desenvolvimento e sustentabilidade da economia mundial. O turismo detém hoje grande parte do PIB de muitos países que têm melhorado as condições econômicas em decorrência do avanço que da atividade como política pública e privada. A cada dia o turismo da região Nordeste se destaca mais nos cenários nacional e internacional, especialmente em alguns países da Europa, de forma que tem atraindo mais turistas e, em consequência, atraído número maior de investimentos. Embora se saiba que a vocação para o turismo possa ser criada é comum se afirmar que o Nordeste possui vocação natural para o turismo por ser região com belezas cênicas de praias paradisíacas com potencialidades econômicas, apresentando nítidas vantagens competitivas para o crescimento do turismo. Atrair turistas do mercado internacional é facilitado pela localização geográfica estratégica, uma vez que fica mais próximo da Europa e da África, no Continente Sul-Americano.

O artigo avalia a evolução do turismo no Nordeste do Brasil de 2003 a 2013, os efeitos globais concernentes aos agregados turísticos básicos e seus impactos na economia da região, pela análise do comportamento do fluxo turístico entre outros indicadores turísticos disponíveis da região, tais como: fluxo turístico (total e hoteleira), taxas de ocupação, oferta hoteleira existente, movimentação de passageiros

4 Mestre em Gestão e Negócios Turísticos pela Universidade do Ceará (UECE), Coordenador de Destinos e Produtos Turísticos da Secretaria Estadual de Turismo do Ceará e Coordenador do Grupo Técnico de Planejamento, Estatísticas e Pesquisas do Nordeste do Brasil no período 2007 a 2014.

5 Pós-doutora pela Universidade Regional de Blumenau, Coordenadora do Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos e Núcleo de Estudos do Território e do Turismo da UECE e líder do grupo Turismo, Território e Cultura da UECE.

nos aeroportos, receita turística, geração de empregos formais e impactos do turismo na economia nordestina. A análise abrange o período 2003 a 2013, face às disponibilidades das informações existentes, derivadas das seguintes fontes: Comissão de Turismo Integrada do Nordeste (CTI/NE), órgãos oficiais de turismo dos estados do Nordeste, Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), Ministério do Turismo, órgãos oficiais de estatística dos estados, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) e Ministério do Trabalho e Emprego - MTE. Além das informações disponibilizadas das citadas fontes, foram utilizadas informações de publicações específicas de sites dos órgãos oficiais de turismo dos estados da região Nordeste.

Ressalta-se que as estatísticas sobre o turismo no Brasil e no Nordeste, em particular, são escassas. No caso específico do Nordeste, embora os órgãos oficiais de turismo dos estados adotem uma mesma metodologia para mensuração dos indicadores turísticos básicos, para pesquisas de demanda e de oferta, as informações disponibilizadas ainda são inconsistentes pelo uso da base de cálculo dos agregados turísticos diferenciados entre os estados. Assim sendo, no caso das informações, urge que seja precedida quando possível, de análise crítica de qualificação e consistência. Ademais, outra dificuldade enfrentada é adequar os processos de mensuração aos conceitos e definições adotados pela Organização Mundial do Turismo (OMT), que sofreram significativas mudanças, a partir de meados da última década do século passado, pelo avanço dos estudos do turismo e pelo surgimento da conta satélite do turismo, o que exigiu aproximação conceitual das atividades turísticas ao sistema de contas nacionais adotados pela Organização das Nações Unidas (ONU).

Desse modo, o tema é apresentado com a seguinte estrutura. Inicia-se com a análise do comportamento e evolução dos fluxos turísticos com base na movimentação de passageiros nos aeroportos das capitais do Nordeste consideradas os principais destinos turísticos. Em seguida analisam-se as receitas turísticas e os impactos na economia em termos de geração de renda e emprego. Ressalta-se que é adotado na análise o método estrático comparativo, considerando os extremos do período 2003/2013.

O turismo e a sistematização de informações

O turismo é fenômeno econômico e humano, resultado do avanço civilizatório da sociedade capitalista e por isso em crescimento e evolução. A reestruturação capitalista incorporou novas formas produtivas à sociedade, sendo o setor terciário um dos que mais cresce onde o turismo se enquadra. Nesse mercado necessariamente ocorrem fluxos intensos considerando que no turismo é o consumidor que se mobiliza em direção à mercadoria ou destino turístico, diferente de outros consumos que a mobilidade é da mercadoria. Esse fato incentiva a ampliação e a adaptação de comportamento humano, tornando as viagens indispensáveis prazerosas.

A importância política da região Nordeste ocupa no País exige aprofundamento das questões relacionadas ao turismo regional com produção homogênea de levantamento de dados da realidade regional de modo que possam subsidiar as demandas na mesma velocidade das ações reivindicatórias. Dessa forma, é relevante não só a montagem de banco de dados das informações de forma integrada, como também a uniformização metodológica dos cálculos produzidos por cada estado. Para que a sustentabilidade do turismo nordestino possa, de fato, tornar-se algo próximo do desejável, faz-se necessário realizar estudos que subsidiem planejamentos que possam atender as várias instâncias da cadeia produtiva do turismo, a fim de minimizar os impactos negativos e maximizar os resultados positivos proporcionados àqueles que direta e indiretamente estão ligados à atividade.

A avaliação do desempenho do turismo passa pelo registro e análise dos indicadores de comportamento evolutivo da atividade, que interfere no crescimento e conseqüentemente na própria economia local ou regional, por força do impacto dos macros efeitos multiplicadores nas demais atividades produtivas, impulsionando o incremento da renda interna, pela geração de receita tributária, aumento da produção e estímulo aos investimentos. As informações que permitem o estudo e a quantificação do fluxo turístico global e inclui os turistas que utilizam os meios de hospedagem e instalações extra-hoteleiras e derivam das pesquisas de Demanda Turística, realizadas nos períodos de alta, média e baixa estação turística de cada ano, nas capitais nordestinas. Dentre

outras informações relevantes foi possível chegar também, à receita turística gerada na área pesquisada, ao perfil do turista que visita a região, além da avaliação por parte de visitantes sobre a infraestrutura urbana, atrativos, equipamentos e serviços turísticos utilizados. Os resultados da pesquisa mostram-se de grande relevância pela utilização por parte de investidores, empresários, empresa de consultoria, instituições financeiras, escritórios de projetos, universidades e centros de pesquisas, além do próprio setor público, que planeja a partir das informações levantadas, aplicando-as nas ações de marketing e programas de investimentos em infraestrutura.

A mensuração e análise da evolução dos agregados do turismo, no Nordeste reforçam-se, portanto, a necessidade de conhecimento sistematizado sobre a atividade turística, importante fonte de receita para a economia da região, além da permanente manutenção/otimização do setor altamente distributivo e com relacionamento direto com dezenas de outras atividades do setor primário, secundário e terciário. O emérito pensador do turismo moderno Boullón (1997, p. 121) faz detalhada reflexão teórica, analisando em qual setor melhor se enquadraria o turismo, chegou a algumas conclusões a respeito, expressando:

Fica claro que o turismo não pertence ao setor primário, pois ainda que utilize os atrativos naturais, não os extrai (como a mineração) nem os produz (como a agricultura ou pecuária); portanto, o turismo não “explora” os atrativos naturais, somente os “usa”. Da mesma forma o turismo não é um resultado da construção porque esta produz obras físicas como estradas, pontes, represas, casas, aeroportos, hospitais, etc., os quais prestam diversos serviços. A indústria é atividade de transformação que emprega numerosos recursos, alguns dos quais podem ser matéria-prima e, outros, produtos industriais intermediários. Em geral, é o produto final que qualifica os diferentes tipos de indústria. Se o turismo fosse indústria, deveriam existir, mas não existem fábricas de turismo ou processos

industriais cujo produto final é o turismo. Como contraponto, podemos citar numerosos produtos industriais que são utilizados pelos turistas, que se originam em diferentes ramos da indústria, e não em uma especial chamada indústria do turismo. Turismo é uma forma de consumir, algo assim como um canal para o qual conflui demanda especial de muitos tipos de bens e serviços elaborados por outros setores, mais o consumo de alguns serviços especialmente desenhados para satisfazer necessidades próprias dos viajantes. Portanto, o turismo pertence ao setor terciário, e não ao secundário, como deveria ser para que se pudesse catalogá-lo como pertencente à indústria. Portanto, não existe o que se convencionou chamar de “indústria do turismo”. (BOULLÓN, 1997, p. 122).

Sendo o turismo serviço, a informação torna-se essencial, não só para o planejamento, mas para orientar o processo de decisão dos agentes promotores do turismo e principalmente, para divulgação e promoção de destinos turísticos e para orientar e informar turistas e residentes de núcleos receptores. As pesquisas quantitativas sobre o turismo na região Nordeste são escassas e concentradas nas capitais. Assim sendo, as restrições e ausências de informações exigem sistematização continuada e ampliada do sistema de informações de órgãos públicos, em especial secretarias de turismo e universidades que possam subsidiar governos, pesquisadores, empresários, estudantes e a população em geral. A sistematização de dados pode ser derivada do conjunto de pesquisas elaboradas no Nordeste, que possam apontar os indicadores turísticos por estado e região. O sistema de informações turísticas ajudará no desenvolvimento das contas satélites do turismo que se implanta no país e na região. A Conta Satélite de turismo no Brasil apontada pela EMBRATUR serve de instrumento de detalhamento de medidas de impactos do turismo de acordo com a Organização Mundial de Turismo. Trata-se de modelos padronizados de informações, sobretudo que sejam fidedignas e consistentes para que sirvam de suporte para as avaliações dos impactos socioeconômicos do turismo. A partir das

formulações e conceituações padronizadas torna-se possível comparar os resultados do turismo alcançados por regiões e países nos confrontos turísticos internacionais.

Considerando a grande demanda de dados pelos usuários ligados ao turismo torna-se urgente os trabalhos de sistematização de informações de dados, com processamentos e tabulação de forma integrada e metodologia uniforme e padronizada, que possibilite a consolidação do sistema de informações gerenciais confiáveis para dar suporte aos agentes do desenvolvimento do turismo da Região.

O turismo e a evolução dos fluxos de passageiros

A Organização Mundial de Turismo – OMT afirma que entre 2005 e 2013, as viagens internacionais cresceram, em média, 3,8% ao ano, alcançando o total recorde de 1.087 milhões de chegadas de turistas, em 2013. O que corresponde a um aumento de 5%, em comparação ao ano anterior. De acordo com as previsões em longo prazo, apresentadas pela OMT presentes no *Tourism Towards 2030*, a chegada de turistas internacionais no mundo crescerá anualmente em 3,3%, entre 2010 e 2030, superando 1.400 milhões em 2020, e, 1.800 milhões em 2030. As chegadas internacionais de 2013 foram da ordem de 1.086,9 milhões de turistas, superando 40 vezes as chegadas registradas em 1950. Ocorre tendência para a desconcentração dos fluxos internacionais, com a inclusão de novos destinos e novas rotas. Os números indicam forte crescimento para os países da Ásia, Pacífico, África, Oriente Meio e América Latina.

No Brasil, abordar evolução e tendência do turismo leva a enfrentar uma série de dificuldades, como a falta de metodologia definida de mensuração de agregados turísticos. Mesmo contando com vasto potencial de recursos e atrativos turísticos o País encontra-se abaixo dos países desenvolvidos. Na atual situação de emergente encontrava-se como 7º país no ranking das maiores economias do mundo. A crise pós-eleições leva a questionar esses dados.

As Tabelas 1 e 2 apresentam o fluxo internacional do Brasil no mundo, e as variações relativas à entrada de estrangeiros no País. No período 2003/2013 verifica-se que o fluxo internacional para o País

apresenta crescimento médio geométrico anual inferior a 3,5% e a participação no fluxo mundial revela tendência decrescente no período, decaindo da escala 0,59 para 0,53. Vê-se que a média das variações relativas anuais das entradas de turistas estrangeiros no Brasil, no período 2003/2013, é de 3,5% para 41,5% no período.

Anos	Mundo	Brasil	Brasil/Mundo (%)
2003	694,2	4,1	0,59
2004	764,0	4,8	0,60
2005	808,0	5,4	0,67
2006	845,0	5,0	0,59
2007	908,0	5,0	0,55
2008	924,0	5,1	0,55
2009	882,1	4,8	0,54
2010	950,1	5,2	0,55
2011	996,0	5,4	0,54
2012	1.035,5	5,7	0,55
2013	1.086,9	5,8	0,53

Tabela 1 - Fluxo turístico internacional do Brasil e no mundo (milhões de chegadas).

Fonte: OMT (Organização Mundial do Turismo) e EMBRATUR - 2014

Item	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Turistas	4.133	4.794	5.358	5.017	5.026	5.050	4.802	5.161	5.433	5.677	5.813
Var (%)	-	15,99	11,78	-6,36	0,17	0,48	-4,91	7,48	5,27	4,48	2,40

Tabela 2 - Variações relativas anuais na entrada de turistas estrangeiros no Brasil (Mil Turistas)

Fonte: DPF e EMBRATUR - 2014

Segundo o Ministério do Turismo, apesar da relativa estagnação no fluxo turístico internacional para o país, o impacto sobre a entrada de divisas tem sido bastante satisfatório, principalmente nos últimos 10 anos. Segundo dados do Banco Central, os gastos de turistas

estrangeiros em visita ao Brasil somaram US\$ 6,711 bilhões, em 2013. Representando um incremento de 170,7% em relação a 2003, (US\$ 2.479 bilhões), o que reforça a importância do turismo na geração de divisas para o País.

Receitas turísticas e geração de emprego e renda no Brasil para situar o Nordeste

Há que se situar a posição do Brasil em relação às receitas turísticas para poder se compreender o Nordeste. Os Gráficos 1, 2 e 3 apresentam receita, despesa cambial e o déficit calculado de 2003 a 2013 e induzem a afirmação de que apesar da relativa estagnação no fluxo turístico internacional para o País, o impacto sobre a entrada de divisas foi satisfatório nos últimos anos. Segundo dados do Banco Central, os gastos de turistas estrangeiros em visita ao Brasil somaram US\$ 6,711 bilhões em 2013, representando incremento de 170,71% em relação a 2003, (US\$ 2,479 bilhões), o que reforça a importância do turismo na geração de divisas para o País. Com expectativas bastante positivas, devido aos grandes eventos esportivos que aconteceram em 2013, como a Copa das Confederações de Futebol; em 2014, Copa do Mundo de Futebol; e em 2016, ocorrerá os Jogos Olímpicos. A grande preocupação, no entanto, continua sendo como melhorar a imagem do Brasil no exterior, investindo em ações que possam atrair mais turistas estrangeiros em médio e longo prazo, tanto para lazer como para negócios.

O dado demonstra que o Brasil tem se qualificado e se destacado cada vez mais no competitivo cenário internacional. O resultado de entrada de US\$ 6,711,0 bilhões em divisas por meio do turismo internacional rendeu em 2013 o recorde histórico da série iniciada em 1969.

O cálculo do Banco Central inclui trocas cambiais oficiais e gastos em cartões de crédito internacional. Já a despesa cambial turística correspondente aos gastos efetuados por brasileiros em viagens internacionais. Atingiu US\$ 25,3 bilhões, em 2013, um aumento de 1.020,8% em comparação a 2003 (US\$ 2,3 bilhões).

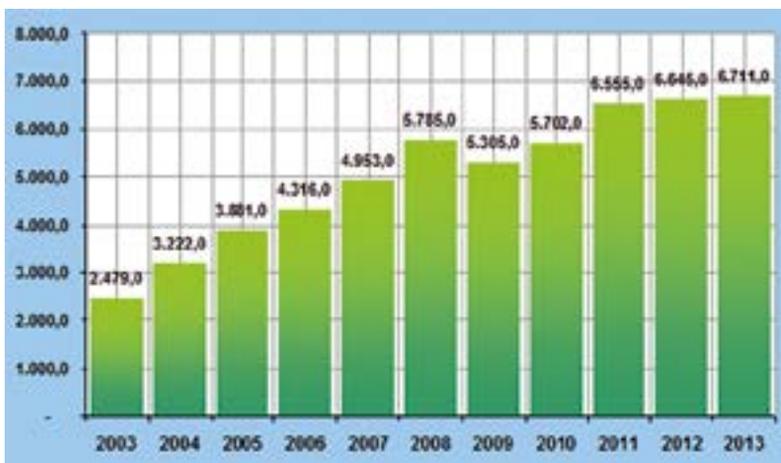


Gráfico 1 - Receita cambial turística –2003/2013 (US\$ milhões)

Fonte: Banco Central – 2014.

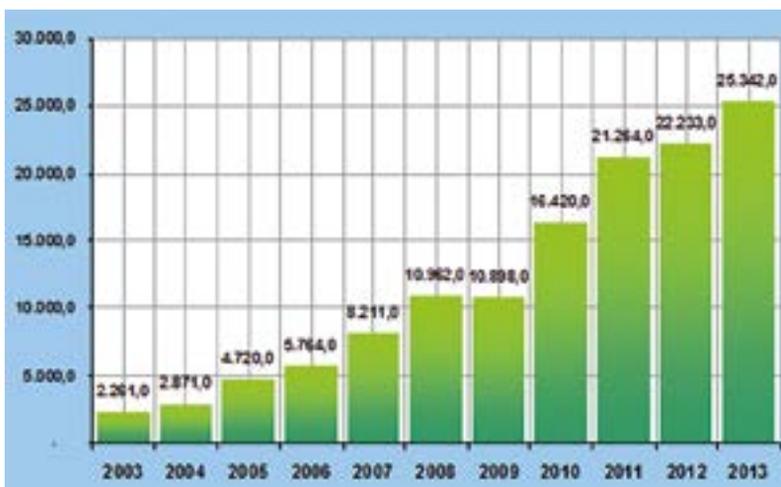


Gráfico 2 - Despesa cambial turística –2003/2013 (US\$ milhões)

Fonte: Banco Central – 2014.

Com a valorização da moeda nacional em relação ao dólar, em 2005, houve aumento do poder de compra dos brasileiros no mercado internacional, expandindo o fluxo de turistas brasileiros para o exterior. Apesar da pressão inflacionária, o crescimento da massa real de salários,

e de melhores condições de crédito para a compra de pacotes turísticos. Os fatores que favoreceram o aumento dos gastos dos brasileiros no exterior são quebrados com a crise de 2015. O custo para se viajar pelo Brasil continua elevado, e com a subida do dólar as viagens internacionais entram também em decréscimo. O saldo da conta viagens tem registrado déficit crescente desde 2003, como mostra a figura 3. Em 2013, o déficit foi de US\$ 18,6 bilhões, o pior resultado da série histórica do BC, divulgada desde 1947 como se ver no Gráfico 3.

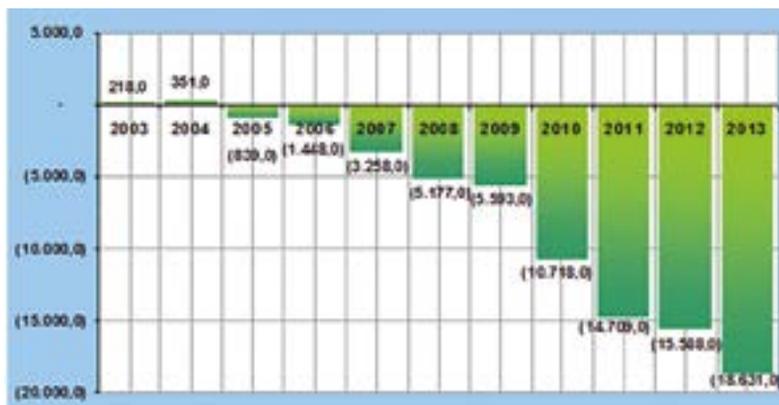


Gráfico 3 - Déficit cambial turístico – 2003/2013 (US\$ milhões)

Fonte: Banco Central - 2009

A corrente cambial turística, ou seja, receita e despesa apresenta tendência crescente desde 2003, como observado no Gráfico 4.

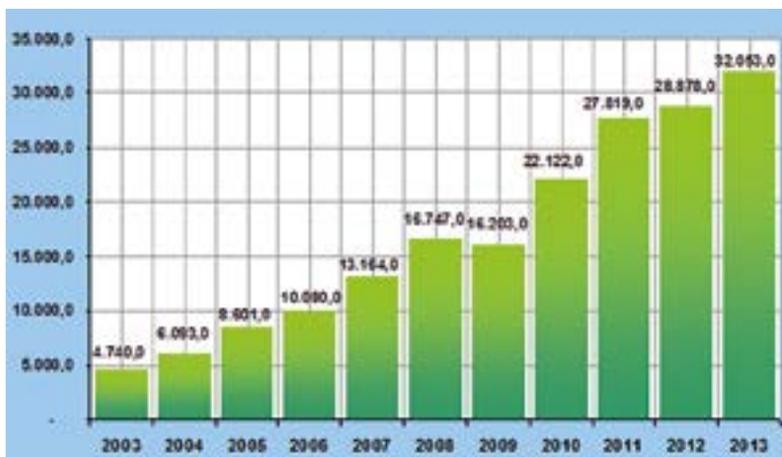


Gráfico 4 - Corrente cambial turística - 2003/2013 (US\$ milhões)

Fonte: Banco Central – 2014

Vias de Acessos	2003		2013		Var (%)
	Turistas	(%)	Turistas	(%)	
Aérea	3.083.143	74,65	4.066.216	69,95	31,89
Marítima/ Fluvial	54.006	1,31	134.631	2,32	149,29
Terrestre	993.061	24,04	1.612.495	27,74	62,38
Total Geral	4.130.210	100,00	5.813.342	100,00	40,75

Tabela 3 - Chegadas de turistas internacionais no Brasil, por via de acesso em 2003/13

Fonte: Ministério do Turismo e Departamento de Polícia Federal – 2014

Do total de turistas, a maior parte (69,95%) chegou ao país por via aérea. Por via terrestre tem-se 27,74% do número de turistas que entraram no Brasil. E, o percentual de turistas que chegou ao país por via marítima ou fluvial é 2,32% do total.

Importante destacar que o transporte marítimo e terrestre mais expressivo, ou seja, 149,29% e 62,38%, respectivamente. O

Gráfico 5 mostra a evolução dos desembarques de passageiros em voos internacionais nos aeroportos do País, no período 2003/2013.

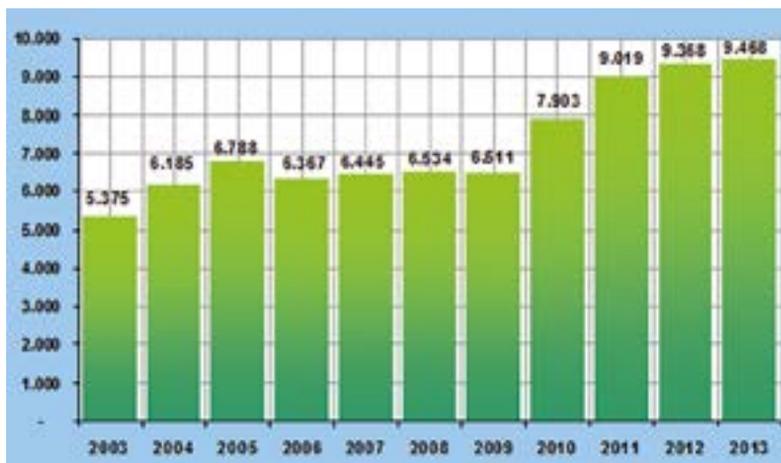


Gráfico 5 - Desembarques de passageiros em voos internacionais (milhões de pax)

Fonte: Infraero - 2014

De acordo com dados divulgados pela Infraero, o total de desembarques internacionais (que inclui os brasileiros retornando do exterior) alcançou 9.468 mil passageiros em 2013, o que equivale a um aumento de 76,14% em relação a 2003 (5.375 mil passageiros). A taxa média geométrica ocorrida no período 2003/2013 é de 5,82% ao ano. De acordo com dados do Ministério do Turismo e da Polícia Federal, mais de 50% das chegadas de turistas ao Brasil são provenientes da América do Sul, Europa e América do Norte. Em 2013 (Figura 6), as chegadas da América do Sul foram de 50,52%, as do continente europeu atingiram 28,15%, as oriundas da América do Norte foram de 13,58% e dos demais emissores somaram 7,75%.

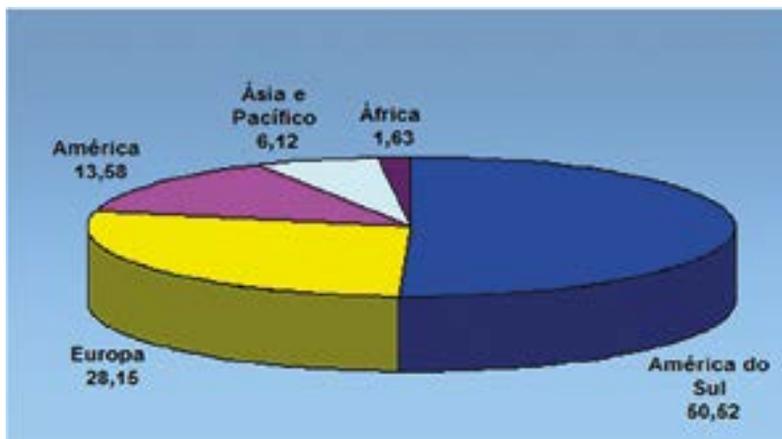


Gráfico 6 - Chegadas de turistas ao Brasil, segundo os Continentes – 2013

Fonte: Ministério do Turismo e Departamento da Polícia Federal - 2014

A Tabela 4 apresenta os principais mercados emissores entre 2006 e 2013. No ano de 2013, a lista com os dez países que mais enviaram turistas ao Brasil permaneceu-se com os mesmos países verificados em 2003, no entanto, mudando as posições.

Principais países emissores	Chegadas de turistas				Var (%)
	2003		2013		
	2003	(%)	2013	(%)	
Argentina	786.568	19,04	1.711.491	29,44	117,59
Estados Unidos	668.668	16,19	592.827	10,20	-11,34
Paraguai	198.170	4,80	268.932	4,63	35,71
Chile	126.591	3,07	268.203	4,61	111,87
Uruguai	270.251	6,54	262.512	4,52	-2,86
Alemanha	283.615	6,87	236.505	4,07	-16,61
Itália	221.190	5,36	233.243	4,01	5,45
França	211.347	5,12	224.078	3,85	6,02
Espanha	122.641	2,97	169.751	2,92	38,41

Inglaterra	138.281	3,35	169.732	2,92	22,74
Portugal	229.594	5,56	168.250	2,89	-26,72
Outros	873.294	21,14	1.507.818	25,94	72,66
Total Geral	4.130.210	100,00	5.813.342	100,00	40,75

Tabela 4 - Principais mercados emissores de turistas para o Brasil

Fonte: Departamento da Polícia Federal e Ministério do Turismo (2014).

As principais alterações ocorridas foram: a Alemanha passou a ser o país da Europa que mais envia turistas ao Brasil, ultrapassando Itália e França; e o aumento no número de turistas residentes na América do Sul, como Paraguai, Chile e Uruguai. Notoriamente, o Paraguai passa de 198.170 para 268.932, e fez com que o mesmo ultrapassasse a Alemanha, Uruguai, Portugal, Itália e França.

O fluxo turístico doméstico representa um mercado significativo para qualquer destino turístico, principalmente, em países ou regiões com vastas dimensões territoriais. O Gráfico 7 mostra a evolução dos desembarques de passageiros em voos domésticos. O crescimento médio geométrico entre 2003 e 2013 foi de 189,32%, ou seja, 11,2% ao ano.

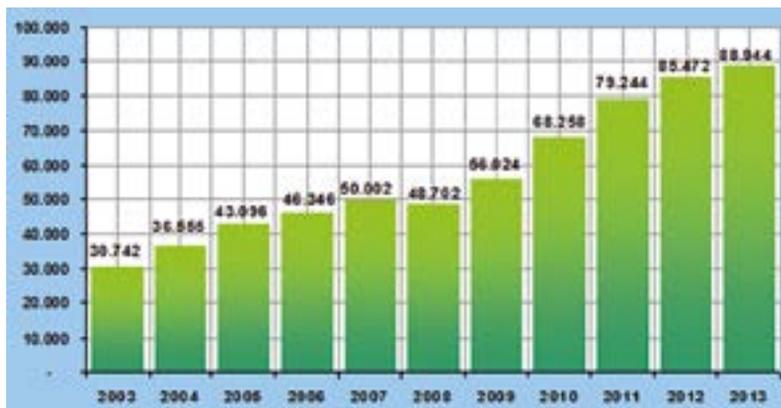


Gráfico 7 - Desembarques de passageiros em voos nacionais (milhões de pax)

Fonte: Infraero (2014)

A Evolução do turismo na Região Nordeste

O fluxo turístico para região do Nordeste mais que duplicou no período 2003/2013. Como o fluxo, no conjunto das capitais, passaram de 9.382 mil turistas em 2003, para 17.142 mil turistas em 2013. Registrando crescimento médio anual de 6,21%, conforme Tabela 5.

Anos	Capitais (FC)			Estado (FE)			Relação (%) FE/FC
	1000 Tur	Índice (%)	Var (%)	1000 Tur	Índice (%)	Var (%)	
2003	9.382	100,0	-	15.883	100,0	-	1,69
2004	10.050	107,1	7,12	17.096	107,6	7,64	1,70
2005	10.911	116,3	8,57	18.599	117,1	8,79	1,70
2006	11.465	122,2	5,08	19.572	123,2	5,23	1,71
2007	11.826	126,0	3,15	20.109	126,6	2,74	1,70
2008	12.134	129,3	2,60	20.608	129,7	2,48	1,70
2009	13.173	140,4	8,56	22.352	140,7	8,46	1,70
2010	14.377	153,2	9,14	24.337	153,2	8,88	1,69
2011	15.477	65,0	7,65	26.444	66,5	8,66	1,71
2012	16.375	174,5	5,80	27.936	75,9	5,64	1,71
2013	17.142	82,7	4,68	29.530	85,9	5,71	1,72

Tabela 5 - Evolução do Fluxo Turístico no Nordeste - 2003/2013

Fonte: GTP/CTI-NE e Órgãos Oficiais dos Estados do Nordeste (2014).

Já o fluxo turístico receptivo dos estados, passou de 15.883 mil turistas para 29.530 mil turistas, revelando uma taxa média anual de crescimento de 6,4%, no período mencionado como na Tabela 6.

Períodos	Capitais (%)	Estados (%)
1998/2001	8,6	11,0
2002/2008	4,2	4,3
1998/2008	5,4	6,0
2008/2013	7,2	7,5

Tabela 6 - Taxas de crescimento do fluxo turístico por período

Fonte: GTP/CTI-NE e Órgãos Oficiais dos Estados do Nordeste (2014).

As maiores taxas de crescimento, tanto para as capitais quanto para os estados ocorreram no período 1998/2001 superando

as respectivas taxas médias de crescimento verificadas no período 2003/2013. O período de maior crescimento do fluxo turístico (1998/2001) coincide com os investimentos do PRODETUR-NE I, concentrados na infraestrutur turística de transporte, de maneira especial nos aeroportos das capitais. Conforme o Banco do Nordeste do Brasil, com base nos relatórios e diagnósticos constantes nos PDITS dos estados, os aeroportos mais beneficiados foram os seguintes:

- Aeroporto Luis Eduardo Magalhães (BA), cuja capacidade instalada passou de 2,0 milhões para 6,0 milhões de pax/ano, em 2002;
- Aeroporto Pinto Martins (CE), cuja capacidade instalada passou de 0,95 milhões para 2,5 milhões de pax/ano, em 1998; e,
- Aeroporto Augusto Severo (RN), cuja capacidade instalada passou de 0,5 milhões para 1,2 milhão de pax/ano, em 1998.

O período de menor crescimento do fluxo turístico, principalmente no biênio 2002/03, coincide com a crise mundial decorrente de 11 de setembro de 2001, face à conjuntura adversa vivenciada pela economia brasileira no período, com baixas taxas de crescimento do Produto Interno Bruto. (Gráfico 8).

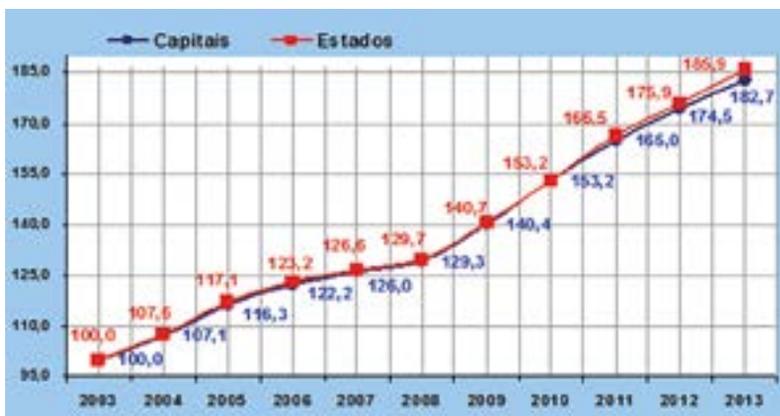


Gráfico 8 - Evolução do Fluxo Turístico do Nordeste (%) 2003/13

Fonte: GTP/CTI-NE e Órgãos Oficiais dos Estados do Nordeste (2014).

Verifica-se que no comportamento do fluxo turístico das capitais e dos estados do Nordeste, que ocorre melhor desempenho para o agregado no âmbito dos estados, provavelmente devido, em parte, aos investimentos financiados pelos fundos e programas oficiais, como o PRODETUR-NE e o FNE/PROATUR. Programas estes que possibilitaram o crescimento e surgimento de novos destinos turísticos, tais como: Porto Seguro na Bahia, Porto de Galinhas em Pernambuco, Praia da Pipa no Rio Grande do Norte, além de Jericoacoara e Mundaú no Ceará, e os Lençóis Maranhense no Maranhão. A Tabela 7 apresenta a evolução do fluxo turístico nas capitais e estados da região Nordeste.

Capitais	2003 (1000 Turistas)				2013 (1000 Turistas)				Variações (%)	
	Capitais	(%)	Estado	(%)	Capitais	(%)	Estado	(%)	Capital	Estado
Salvador (PB)	2.193	23,37	4.709	29,65	3.697	21,57	7.763	26,29	68,58	64,85
Recife (PE)	1.984	21,15	3.313	20,86	2.917	17,02	5.070	17,17	47,03	53,03
Fortaleza (CE)	1.551	16,53	2396	15,09	3.141	18,32	5.088	17,23	102,51	112,35
Natal (AL)	1.007	10,73	1452	9,14	1.816	10,59	2.930	9,92	80,34	101,79
Maceió (AL)	1.013	10,80	1519	9,56	1.684	9,82	2.883	9,76	66,24	89,80
São Luís (MA)	455	4,85	728	4,58	1418	8,27	2.213	7,49	211,65	203,98
Aracaju (SE)	318	3,39	509	3,20	711	4,15	967	3,27	123,58	89,98
João Pessoa (PB)	538	5,73	759	4,78	1123	6,55	1.598	5,41	108,74	110,54
Teresina (PI)	323	3,44	498	3,14	636	3,71	1.018	3,45	96,90	104,42
Nordeste	9.382	100,00	15.883	100,00	17.143	100,00	29.530	100,00	82,72	85,92

Tabela 7 - Evolução do fluxo turístico nas Capitais e Estados do Nordeste: 2003/2013

Fonte: GTP/CTI-NE , Órgãos Oficiais dos Estados do Nordeste e PDITS (2014).

Constata-se que o fluxo turístico para as capitais e os respectivos estados do Nordeste, entre 2003 e 2013, dá destaque para as capitais e os estados da Bahia, Ceará e Pernambuco, como os principais destinos

turísticos na formação do fluxo turístico para a região. Deve ser ainda, observado o acentuado crescimento do fluxo turístico nas capitais dos estados do Piauí, Rio Grande do Norte e Alagoas.

Considerando que o turismo é um fenômeno associado ao deslocamento temporário das pessoas do entorno habitual para outro lugar e, que os estados do Nordeste, cujos destinos turísticos estão distantes dos principais mercados emissores turísticos nacionais e internacionais, as viagens aéreas, particularmente, os desembarques de passageiros nos aeroportos nas capitais (principais destinos turísticos), podem ser consideradas como proxis na análise do aumento do fluxo turístico na região. A Tabela 8 mostra o movimento dos fluxos nos aeroportos das capitais do Nordeste.

Capitais	Movimentação (PAX's)		Var (%) 2003/13	
	2003	2013	Anual	Período
. Salvador	3.454.554	8.589.663	9,54	148,65
. Recife	2.733.424	6.840.276	9,61	150,25
. Fortaleza	1.868.699	5.952.629	12,28	218,54
. Natal	875.151	2.408.206	10,65	175,18
. Maceió	536.309	1.943.437	13,74	262,37
. São Luís	394.072	1.815.909	16,51	360,81
. Aracaju	331.163	1.343.899	15,04	305,81
. João Pessoa	235.801	1.230.230	17,96	421,72
. Teresina	210.882	1.091.242	17,87	417,47
Total Geral	10.640.055	31.215.491	11,36	93,38

Tabela 8 - Movimentação nos Aeroportos das Capitais do Nordeste –2003/13

Fonte: INFRAERO/SETUR/CE (2014)

Constata-se que a movimentação de passageiros nos aeroportos das capitais do Nordeste em especial nas capitais apresentaram maiores taxas de crescimento, no período 2003/2013, em especial em João Pessoa (PB), Teresina (PI), São Luís (MA), Aracaju (SE) e Maceió (AL). A movimentação de passageiros nas capitais do Nordeste passou de 10,6 milhões em 2003 para 31,2 milhões de passageiros em 2013,

correspondendo um aumento de 193,38% e uma taxa média anual de 11,36%. Semelhante às taxas mensuradas para os fluxos turísticos das capitais e estados do Nordeste. (Tabela 9).

Anos	Fluxo nas Capitais (FC)			Movimentação (D)			Relação D/FC
	1000 Tur	Índice (%)	Var (%)	1000 Pax	Índice (%)	Var (%)	
2003	9.382	100,0	-	10.640	100,0	-	1,13
2004	10.050	107,1	7,12	12.735	119,7	19,69	1,27
2005	10.911	116,3	8,57	14.713	138,3	15,53	1,35
2006	11.465	122,2	5,08	17.052	160,3	15,90	1,49
2007	11.826	126,0	3,15	18.827	176,9	10,41	1,59
2008	12.134	129,3	2,60	19.244	180,9	2,21	1,59
2009	13.173	140,4	8,56	22.395	210,5	16,37	1,70
2010	14.377	153,2	9,14	26.619	250,2	18,86	1,85
2011	15.477	165,0	7,65	29.715	279,3	11,63	1,92
2012	16.375	174,5	5,80	31.252	293,7	5,17	1,91
2013	17.142	182,7	4,68	31.215	293,4	-0,12	1,82

Tabela 9 - Fluxo turístico e movimentação de passageiros nos Aeroportos das Capitais do Nordeste – 2003/2013

Fonte: GTP/CTI-NE, Órgãos Oficiais de Turismo dos Estados do Nordeste e PDITS (2014).

Os dados apresentados da tabela mostram os fluxos turísticos e a movimentação de passageiros nas capitais do Nordeste no período 2003/2013. O coeficiente de correlação (r) entre os agregados é de 0,93%, revelando uma quase que perfeita sincronização entre as variáveis (fluxo turístico nas capitais e movimentação nos aeroportos). Uma das peculiaridades do fluxo turístico, inerente a qualquer destino turístico, corresponde à sazonalidade, ou seja, variações de intensidade da demanda turística que caracterizam determinadas épocas do ano, motivo pelo qual ocorrem as oscilações entre alta e da baixa estação turística. As causas provocadoras do fenômeno são atribuídas, notadamente, aos seguintes fatores:

- Institucionais - férias trabalhistas e escolares são concentradas

e definidas no tempo;

- Climáticos e outros fatores - vinculam as atividades turísticas em determinado período de tempo, tais como: estações climáticas e eventos de massa.
- Os efeitos da sazonalidade da demanda sobre os agentes e negócios turísticos, entre outros, são os seguintes:
- Degradação da qualidade dos serviços durante o pico da alta estação;
- Subutilização dos recursos limitados nos períodos da baixa estação;
- Redução da rentabilidade dos negócios turísticos e do nível de emprego; e,
- Instabilidade no mercado turístico, com implicações nos demais segmentos da economia receptora, via cadeia produtiva e efeito multiplicador.

Uma das estratégias para reduzir a ociosidade temporária dos equipamentos turísticos, principalmente na rede hoteleira, e desemprego da mão de obra em destino turístico, consiste em desenvolver políticas de promoção e de diversificação do produto turístico, no sentido de atenuar os efeitos da sazonalidade da demanda.

No Nordeste, confrontando os extremos analisados 2003/2013, verifica-se que o desenho da curva de sazonalidade melhorou bastante em relação a 2003. E no caso das taxas de ocupação hoteleira, não obstante as curvas apresentem desenhos semelhantes, a curva de 2013 situa-se acima da curva de 2003, revelando um maior índice de ocupação da capacidade instalada (Gráfico 9).



Gráfico 9 - Evolução do Fluxo Turístico do Nordeste (%) 2003/13

Fonte: GTP/CTI-NE e Órgãos Oficiais dos Estados do Nordeste (2014).

De acordo com a Tabela 10, o crescimento do número de estabelecimentos nas atividades do turismo no Nordeste cresceu 78,4%, no período 2003/2013, crescimento superior ao verificado no Brasil que foi 59,7%, com exceção de transporte aéreo, conforme Tabela 10.

Segmentos	Nordeste		Var (%)	Brasil		Var (%)	Relação N/B	
	2006	2013		2006	2013		2006	2013
Alojamento	4.998	6.831	36,7	23.486	30.433	29,6	21,28	22,45
Alimentação	14.949	29.257	95,7	123.834	209.270	69,0	12,07	13,98
Agências de viagens	1.594	2.394	50,2	9.381	13.733	46,4	16,99	17,43
Transporte aéreo	160	151	-5,6	921	953	3,5	17,37	15,84
Transporte terrestre	7.138	12.855	80,1	77.866	123.083	58,1	9,17	10,44
Atividade recreativa	2.075	3.578	72,4	17.280	25.886	49,8	12,01	13,82

Atividades artísticas	412	809	96,4	2401	4.045	68,5	17,16	20,00
Total Geral	31.326	55.875	78,4	255.169	407.403	59,7	12,28	13,71

Tabela 10 - Número de estabelecimentos nas atividades características principais do turismo no Nordeste

Fonte: MTE (RAIS) em 2008.

O crescimento no total de estabelecimentos das atividades relacionadas, no Brasil, foi de 59,7%, enquanto no Nordeste o aumento foi de 78,4%. Os segmentos que mais cresceram foram: alimentação, transporte terrestre, atividades artísticas e recreativas, agências de viagem e alojamento. As atividades com menores crescimentos foram as de transporte aéreo e de alojamento. Embora as taxas de crescimento desses importantes segmentos turísticos (alojamento e transporte aéreo) sejam também significativas (36,7% e -5,6%, respectivamente) deve ser levado em consideração que tais atividades exigem elevado grau de imobilização de capital (investimentos). No caso de alojamento, à proporção que um destino se desenvolve, ocorre o ingresso de capitais na implantação de estabelecimentos hoteleiros de grande porte pertencentes às redes internacionais, provocando um processo de ajustes na capacidade hoteleira instalada no mercado, geralmente, alijando do mercado um número significativo de pequenos e médios estabelecimentos. No turismo, um dos indicadores relevantes na avaliação da evolução, consiste na análise do desempenho revelado pela rede hoteleira instalada em determinado destino. A Tabela 11 mostra a oferta hoteleira no Nordeste no Brasil.

Capitais	Unidades Habitacionais				Variações (%)	
	2003		2013			
	Uhs	(%)	Uhs	(%)	Anual	Total
. Salvador (BA)	12.172	24,82	18.898	28,54	4,50	55,26
. Recife (PE)	6.290	12,82	6.958	10,51	1,01	10,62
. Fortaleza (CE)	10.031	20,45	10.585	15,99	0,54	5,52
. Natal (RN)	7.162	14,60	9.632	14,55	3,01	34,49
. Maceió (AL)	5.533	11,28	6.339	9,57	1,37	14,57

. São Luís (MA)	2.400	4,89	3.735	5,64	4,52	55,63
. Aracaju (SE)	2.141	4,37	4.885	7,38	8,60	128,16
. João Pessoa (PB)	2.097	4,28	3.467	5,24	5,16	65,33
. Teresina (PI)	1.223	2,49	1.709	2,58	3,40	39,74
Total	49.049	100,00	66.208	100,00	3,05	34,98

Tabela 11 - Oferta hoteleira das capitais do Nordeste

Fonte: GTP/CTI-NE e PDITS e Órgãos Oficiais dos Estados do Nordeste (2014)

Obs.: Natal inclui municípios da grande Natal.

A capacidade instalada na rede hoteleira nas capitais do Nordeste nos extremos do período 2003/2013, em termos de UHs (apartamentos) ressalta que a hotelaria nas capitais do Nordeste saltou de 49.049 UHs em 2003, para 66.208 UHs em 2013. Registrando aumento de 34,98% no período, correspondendo a uma taxa anual de crescimento da ordem de 3,05%. De acordo, com os dados constata-se que as capitais com melhores desempenhos foram: Aracaju (128,16%), João Pessoa (65,33%), São Luís (55,63%) e Salvador (55,26%). No tocante à distribuição da capacidade instalada, constata-se que as cidades de Salvador (28,54%), Fortaleza (15,99%), Natal (14,55%), Recife (10,51%) e Maceió (9,57%), juntas, respondem por 79,16% da capacidade instalada em 2013, nas capitais nordestinas. Como, em 2003, a participação das capitais era de 83,97%, o índice de concentração embora tenha permanecido elevado denota ocorrência de perdas relativas nos principais destinos como: Salvador, Fortaleza, Recife, Natal e Maceió.

Determinar o nível de emprego gerado pelo turismo é uma tarefa bastante complexa e além da questão da informalidade, que escapa das estatísticas oficiais das organizações públicas, ligadas ao mercado de trabalho, pelo menos dois outros fatores dificultam consideravelmente a mensuração: a sazonalidade da demanda turística (alta e baixa estação) e a inexistência de um setor exclusivamente turístico, pois as atividades econômicas não são divididas entre as que produzem para os 'turistas', e, as que produzem para os 'não turistas'. Na verdade, por mais dependente que seja a economia do turismo, sua contribuição será sempre de natureza complementar no atendimento às necessidades e exigências da população nos destinos turísticos.

Quanto à questão do emprego no turismo no Nordeste analisa-se os níveis de empregos formais nas atividades características do turismo, conforme a Tabela 12. Como pode ser observado, o crescimento no nível de emprego nas atividades do turismo no Nordeste (61,0%) foi superior ao observado no Brasil (53,9%), no período 2003/2013. As atividades com maior nível de emprego formal foram às atividades artísticas (124,1%) e transportes aéreos (111,9%), conforme Tabela 12.

O crescimento dos níveis de empregos nas atividades alojamento e alimentação, no Nordeste, foram superiores aos ocorridos nestas atividades para o Brasil. Considerando que a informalidade no Nordeste não seja significativamente inferior ao restante do país, o desempenho no nível de emprego verificado nas atividades de alojamento e alimentação confronta-se, de certa forma, com o baixo desempenho das atividades na geração do PIB estadual e setorial.

Essa é uma visão geral da evolução do turismo no Nordeste do Brasil.

Segmentos	Nordeste		Var (%)	Brasil		Var (%)	Relação N/B	
	2006	2013		2006	2013		2006	2013
Alojamento	58.672	82.873	41,2	246.157	336.961	36,9	23,84	24,59
Alimentação	118.800	222.868	87,6	889.439	1.503.343	69,0	13,36	14,82
Agências de viagens	8.227	12.435	51,1	48.076	76.137	58,4	17,11	16,33
Transporte aéreo	2.720	5.765	111,9	39.906	70.695	77,2	6,82	8,15
Transporte terrestre	156.016	228.919	46,7	1.175.246	1.721.479	46,5	13,28	13,30
Atividade recreativa	15.141	24.985	65,0	149.117	210.827	41,4	10,15	11,85
Atividades artísticas	1793	4.018	124,1	11740	19.190	63,5	15,27	20,94
Total Geral	361.369	581.863	61,0	2.559.681	3.938.632	53,9	14,12	14,77

Tabela 12 - Empregos nas principais atividades características do turismo no Nordeste

Fonte: MTE (RAIS) - 2009

Bibliografia Consultada

- ANSARAH, Marília G. R. (Org.) - **Turismo**: segmentação de mercado. São Paulo, Editora Futura, 1999.
- BENI, Mário C. - **Análise estrutural do turismo**. São Paulo, SENAC, 1998.
- BOULLÓN, Roberto C. **Planificación Del Espacio Turístico**. 3ª Ed. México: Trillas, 1997.
- COCHRAN, William G. - **Técnicas de amostragem**. Rio de Janeiro, USAID, 1965.
- CTI - NE - **Estatísticas sobre Demanda Turística dos Estados do Nordeste 2000/2011**. Recife: Comissão de Turismo Integrado do Nordeste, 2011.
- EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo - **Métodos de estimativa dos impactos do turismo na economia brasileira**. Brasília, EMBRATUR.
- IBGE - Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - **Anuário estatístico do Brasil**: Rio de Janeiro, IBGE.
- _____. **Economia do turismo**: análise das atividades características do turismo 2003
- IBGE - Contas Regionais do Brasil – 2005/11, in Contas Nacionais, nº 3, Rio de Janeiro: 2011.
- LEGRAIN, M. e MAGAIN D. - **Estudo de mercado**. São Paulo, Makron Books, 1992.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. Plano Nacional de Turismo 2010/2014, **Diretrizes, Metas e Programas**, Brasília, 2010.
- _____. **Turismo no Brasil**, 2007/2014, Brasília, 2014.
- _____. **Plano Nacional de Turismo 2010/2014**, Brasília 2010.
- _____. **Estatísticas básicas de turismo**, Brasília 2014.
- _____. **Barômetro OMT del Turismo Mundial**, Junho de 2014, Madri.

_____. **Estudos da Demanda Turística Internacional**, Brasília, Ministério do Turismo, vários anos.

_____. **Caracterização e dimensionamento do mercado doméstico do turismo no Brasil – 2011**, Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

SETUR - Secretaria do Turismo do Estado do Ceará - **O turismo**: uma política estratégia para o desenvolvimento sustentável do Ceará. Fortaleza, SETUR/CE, 2006.

_____ - **Indicadores turísticos**: 1999/2011. Fortaleza, SETUR/CE, abril de 2012.

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DO RIO GRANDE DO NORTE; **Indicadores básicos do turismo do Rio Grande do Norte**, Natal, 2012.

OMT – Organización Mundial del Turismo. **Compendium of Tourism Statistics**. 2008-2011. Madrid, 2011.

OMT - **Conta Satélite do Turismo (CST)**: Quadro conceptual, Madrid: OMT, 1999.

_____. Disponível em: www.world-tourism.org. Acesso em: 12 jun. 2015.

TELES, J.A. - **Considerações sobre os mercados emissores potenciais para o Ceará**, Fortaleza: SETUR/CE, Estudos Turísticos n° 17, 2005.

APOLÍTICAS TERRITORIAIS DE TURISMO NO NORDESTE: O PRODETUR COMO ESTRATÉGIA SOCIOECONÔMICA

Luciana Maciel Barbosa⁶

Luizia Neide Coriolano⁷

Introdução

O turismo é um fenômeno socioespacial e uma prática de conotação política, econômica, social e cultural que tem promovido intensas mudanças socioespaciais no Nordeste brasileiro. Tais transformações materializam o turismo, que, apesar de ser pura abstração (CORIOLANO, 2006), é uma atividade produzida em relações de trabalho e relações sociais de produção, constituindo objeto de investigação das ciências sociais em especial das que enfocam o espaço e as políticas. No Nordeste do Brasil o Programa de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR é a primeira política pública de turismo a incidir nos territórios, na década de 1990, e inspirada em padrões e modelos de turismo internacional, para promover à estrutura espacial da atividade turística no Nordeste.

O PRODETUR incide territorialmente em áreas da região Nordeste a partir das ações de “planejadores” que veem a dimensão regional relevante para o planejamento territorial como afirmam Boullón (1997), Palomeque (2001), Silva (2009) Coriolano (2006) e valorização dos lugares turísticos e promoção dos atrativos. A dimensão territorial do turismo é concebida e viabilizada pelo PRODETUR ao produzir em destinos turísticos infraestrutura básica, denominada geograficamente de fixos urbanos, tais como estradas pontes, viadutos, aeroportos, rodovias, construções que alocados em espaços contribuem

6 Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Estadual do Ceará. ProPGeo/UECE luciana1712@yahoo.com.br

7 Professora do Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Geografia, Coordenadora Adjunta do Mestrado em Turismo da Universidade Estadual do Ceará – luzianeidecorilano@gmail.com

para o aumento do movimento de pessoas, mercadorias e capitais, ou seja, promovem os fluxos. Planos e projetos turísticos, urbanísticos e ambientais são contemplados nas ações de políticas do PRODETUR e requerem parcerias interinstitucionais, considerando a abrangência do turismo.

As produções socioespaciais e a emergência de territórios turísticos constituem realidades que se impõem aos Estados, municípios e pequenas comunidades, instigando a realização de análises, reflexões e pesquisas científicas, a partir da Geografia. Os estudos remetem à complexidade da atividade que transforma e impacta territórios em ações empreendidas por diferentes sujeitos sociais como o Estado, os empresários, a população residente e envolve corporações, bancos nacionais e internacionais, Organizações Não governamentais – ONGs e comunidade.

O turismo é promovido por políticas, em especial públicas, tendo o Estado como incentivador e parceiro de grupos empresariais que com políticas de turismo constroem hotéis, restaurantes, espaços propícios ao lazer. Empreendedores conseguem incentivos fiscais, além de serem beneficiados com infraestruturas básicas nos locais de instalação dos empreendimentos. Apropriam-se também de recursos naturais e culturais de lugares, transformando-os em atrativos turísticos divulgados pela mídia e comercializados, pois no turismo vendem-se lugares seja praia, clima, sol, valendo, portanto a simbólico. Trabalha-se a produção material e imaterial, ou seja, o sentido o sentido *stritu senso e lato senso* do espaço. Tendo em vista compreender a materialidade do turismo nos territórios do Nordeste brasileiro, a partir das políticas públicas, o objeto dessa pesquisa passa a ser o Programa de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR, enquanto política territorial precursora de ações para o fomento da atividade turística planejada para a realidade nordestina e que posteriormente é ampliada para os territórios brasileiros.

O programa regional de turismo encontra-se temporal, espacial e politicamente dividido em fases de planejamento e atuação: inicia oficialmente as atividades em 1995, com o PRODETUR NE I, finalizado em 2005; amplia a área de atuação nos Estados em 2002

com o PRODETUR NE II, que finda em 2012 e em 2010 reapresenta-se sob a denominação de PRODETUR Nacional, portanto, não mais um programa do Nordeste, mas do País. Levantando questionamentos como: O que fez um programa bem-sucedido no Nordeste ser abocanhado nacionalmente, e que deve fazer as lideranças nordestinas para não perder vantagens? As fases são aqui analisadas não de forma linear, mas de maneira a apreender o entendimento da totalidade, compreender as transformações e as contradições das políticas de turismo que incidem nos territórios nordestinos turistificados.

Para esta pesquisa, adota-se metodologia dialética com supostos do materialismo histórico com abordagens quanto-qualitativas. E a pesquisa é documental. Trabalha-se com os conceitos de totalidade, historicidade, conflito e contradição. As pesquisas documentais e *online* deram acessos a dados primários e secundários. Dados e informações inerentes aos documentos do Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, Banco do Nordeste do Brasil – BNB, Secretarias de Turismo, Instituto de Geografia e Estatística – IBGE entre outros importantes para a produção deste estudo.

A base teórica que subsidia a análise remete a conceitos das ciências geográfica, econômica, do turismo e outras ciências sociais, tendo como conceitos fundantes as categorias de espaço geográfico, território, região, desenvolvimento, crescimento econômico, Estado e políticas públicas e turismo. Para este trabalho foi investigado o turismo na região Nordeste do Brasil na relação com o PRODETUR com apresentação das práticas políticas nas diferentes fases de atuação do programa.

O Turismo no Nordeste brasileiro

Nos territórios turísticos do Nordeste brasileiro é crescente a alocação de equipamentos como hotéis, resorts, pousadas, restaurantes de padrão internacional, aeroportos, parques temáticos entre outros fixos que impulsionam os fluxos de turistas para destinos turísticos da região. Essas práticas políticas fazem surgir novas configurações espaciais que, vinculadas ao desenvolvimento da atividade turística, apresentam intensificação do processo de urbanização nos núcleos receptores de

turismo, em especial litorâneos.

A modernização do Nordeste associa-se a um conjunto de fatores políticos, sociais e econômicos, vinculados ao planejamento, mesmo que tardio, para o desenvolvimento dos setores agrícola, industrial e de serviços. A este último, a atividade turística tem forte representatividade no Nordeste, em especial, a partir da implantação do PRODETUR NE, na década de 1990.

Respalhado no discurso de geração de emprego e renda, nas expectativas de ampliação dos investimentos, nas pretensas implantações de infraestrutura e ampla divulgação de destinos seletos, por meio do *marketing*, os governos estaduais do Nordeste tem articulado políticas estratégicas que promovem e fortalecem o turismo que tem contribuído significativamente com o Produto Interno Bruto - PIB dos Estados e do país. Veja-se que para o PIB brasileiro, no ano de 2013, o turismo representou 9,2%, o equivalente a R\$ 443,7 bilhões. O país aparece em 6º lugar no ranking de países que levam em conta os indicadores: importância do turismo para o PIB (Produto Interno Bruto), geração de empregos, divisas geradas por turistas internacionais e investimentos públicos e privados, conforme o estudo “Viagens e Turismo: Impacto Econômico” elaborado pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo – WTTC, em 2013. Afirma este estudo que o Brasil é o 5º maior gerador de empregos diretos e totais pelo turismo, no mundo. Estima-se que o turismo atraiu R\$ 52 bilhões de recursos no mesmo ano (EMBRATUR, 2014).

Projeções para 2024, do WTTC apontam que o impacto do turismo na economia do Brasil deverá alcançar 10,3% do PIB, ou seja, o equivalente a R\$ 700 bilhões e espera-se que, no mesmo ano, o turismo empregue 10,6 milhões de pessoas no país (9,7% do total) (op.cit.). Os dados mostram as motivações econômicas que contribuem para o crescente interesse, por parte do Estado, de empreendedores privados e instituições financiadoras, em relação ao turismo no Brasil. O turismo torna-se uma atividade cada vez mais rentável para os investidores, que, com o apoio do Estado, apostam no modelo organizacional pautado no luxo e requinte, e na quase maioria constroem empreendimentos destoantes da realidade e cultura local.

Conforme Anuário Estatístico de Turismo de 2014, ano base 2013, do MTur, os Estados da Bahia, Ceará, Pernambuco e Rio Grande do Norte juntos contribuíram com a entrada de 324.019 turistas no Brasil. Sendo, no entanto, um número ainda inferior à chegada de visitantes em Estados como Rio de Janeiro, que recebeu, em 2013, 1.207.800 turistas e São Paulo com 2.219.513 visitantes.

A disparidade dos números apresentados exige que se leve em consideração o fato das capitais do Sudeste serem portão de entrada da maioria dos destinos internacionais, além do maior *marketing* turístico estar a elas associadas em especial vinculado ao período de grande visibilidade internacional do país: Jornada Mundial da Juventude, com a presença do Papa Francisco (2013); a ocorrência dos megaeventos esportivos, como a Copa das Confederações (2013), Copa Mundial de Futebol (2014) e Olimpíadas (2016).

O Nordeste ganha visibilidade durante os megaeventos esportivos de 2013 e 2014, uma vez que Fortaleza, Bahia, Recife e Natal foram escolhidas como cidades-sede dos jogos de futebol. Fortaleza, em especial, destaca-se internacionalmente em 2014, ao ser escolhida a cidade sede da reunião dos BRICS, grupo formado pelos países emergentes Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul.

Estudos realizados pelo Ministério do Turismo e Fundação Getúlio Vargas mostram o Nordeste como preferência nas intenções de viagens entre os brasileiros. Os dados evolutivos dos meses de dezembro de 2013 e 2014 e do mês de fevereiro de 2015, conforme Gráfico 01, mostram a região Nordeste com as maiores porcentagens entre as intenções de viagens pelos turistas nacionais: 40,1% (2013), 36% (2014) e 45,1% (2015). Em 2013, a região Sul apresenta-se como a segunda mais procurada pelos turistas, com 23,3%, no entanto, nos anos de 2014 e 2015 mostra-se em terceiro lugar, com 19,1% e 16,6 respectivamente. O Sudeste é a segunda preferência entre os turistas nacionais nos anos de 2014, com 30,7% e de 2015, com 25,6%, tendo sido o terceiro entre as intenções em 2013, com 21,7%. As regiões Norte e Centro-Oeste alternam o ranking de quarta e quinta região mais procurada pelos brasileiros. Nos anos de 2013, 2014 e 2015, a região Norte apresenta porcentagens nos valores de 6,6%, 8,6% e 7,2%

respectivamente. Nos mesmos anos, o Centro-Oeste tem 8,3%, 5,6% e 5,5% entre as intenções de viagens pelo Brasil.

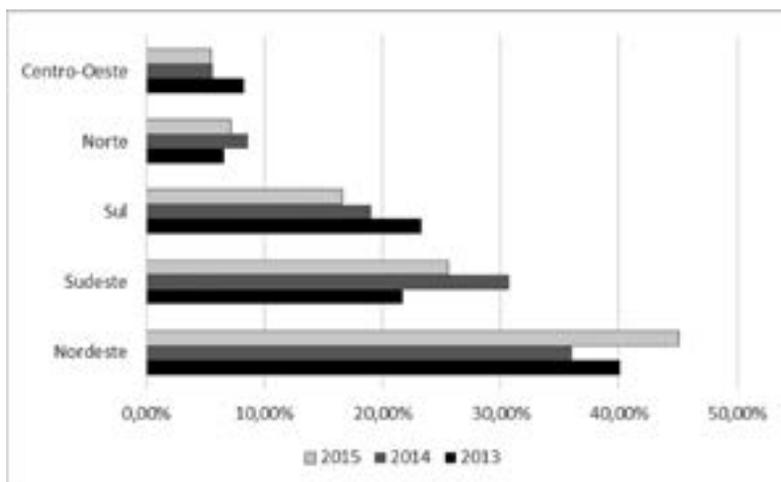


Gráfico 01 - Intenções de Viagens de turistas Brasileiros entre as Macrorregiões nacionais (2013 - 2015)

Fonte: MTUR e FGV (2013, 2014, 2015) adaptado pelas autoras (2015).

O turismo é considerado uma forma de lazer, que exige viagem, deslocamento das pessoas do lugar do cotidiano para realizá-lo em outro, sendo o espaço o principal objeto de consumo da atividade, assim como afirma Cruz (2000). O turismo é resultado do processo civilizatório e passa a ser uma nova centralidade no capitalismo flexível e anão apenas o trabalho, assegura Coriolano (2012).

O turismo constitui atividade que se apropria do espaço geográfico, sendo capaz de territorializá-lo. A implementação dos equipamentos e serviços imprescindíveis para o desenvolvimento da atividade são estruturadas de acordo com os interesses dos grupos que o organizam, havendo, muitas vezes a valorização dos anseios do grande capital, que padronizam o território em detrimento da cultura e da população local. Para Moraes (2005, p.43) o território “envolve a relação de uma sociedade específica com um espaço localizado, num intercâmbio contínuo que humaniza essa localidade, materializando

as formas de sociabilidade reinante numa paisagem e numa estrutura territorial”. Rodrigues (2001, p.56) considera o turismo uma mercadoria “cujo mercado consumidor é o turista. Esta mercadoria consome o espaço e caracteriza-se pelo uso “efêmero do território” em processo contínuo de desterritorialização e reterritorialização”.

O turismo implanta-se no Nordeste com promessa de geração de emprego e renda, com entrada de divisas para os países, e com possibilidade de valorização de patrimônios históricos, culturais e naturais, o que nem sempre acontece, acreditam em estudiosos que isso serve mais de marketing que de resultados. A produção do espaço pelo e para o turismo constitui fenômeno estudado por pesquisadores que objetivam entender as formas de uso e ocupação do espaço, conflitos e contradições, as práticas políticas e os resultados da atividade turística nos lugares.

O turismo, conforme Coriolano (2006), veicula-se por dois eixos: convencional ou de cima para baixo e de luxo, produzido pelos detentores de capital, visando essencialmente ao lucro, acumulação e reprodução capitalista associado aos grandes *resorts* e cadeias hoteleiras, às agências de viagens que oferecem pacotes internacionais e em transatlânticos; e o turismo comunitário, de baixo para cima definido como aquele “desenvolvido por moradores de um lugar que passam a ser os articuladores e os construtores da cadeia produtiva, onde a renda e o lucro ficam na comunidade e contribuem para melhorar a qualidade de vida do lugar” (CORIOLANO, 2003, p.41).

No Nordeste esses dois eixos estão bem estruturados: o das empresas e o turismo das comunidades e se articulam e complementam, mas também oferecem resistência e provocam conflitos. Pois, no Nordeste, o turismo é realizado valorizando cidades, recuperando patrimônios, produzindo lugares, valorizando a natureza, mas também descaracterizando lugares, impactando comunidades e desrespeitando culturas de povos tradicionais. Tanto é realizado por grandes empresários quanto por grupos sociais com pouco capital, que veem a atividade turística como relevante alternativa econômica. O turismo seleciona lugares específicos para serem explorados e apropriados por diferentes grupos sociais, com apoio e incentivo do Estado por meio de políticas

públicas.

Para Muller (2000), políticas públicas são processos de mediação social, que têm o objetivo de resolver desajustes entre os setores ou ainda entre um setor e a sociedade global. Tais desajustes sociais, quando transformados em interesses políticos, compõem a chamada agenda política, que Muller (2000) entende como o conjunto de problemas definidos e considerados relevantes pelas elites sindicais, administrativas e políticas e aos cidadãos que exigem debate público, ou seja, a intervenção das autoridades políticas legítimas ou a opção de nada fazer – não decisão. Assim, os governos agem em determinada circunstância em outra não, dependendo dos interesses do Estado e isso ocorre explicitamente nas políticas de turismo no Nordeste, quando os Governos colocam o turismo como carro chefe da economia.

A instalação de infraestrutura pelo PRODETUR para facilitar o deslocamento de pessoas e a ampliação da oferta de serviços turísticos fazem parte da dinâmica dos territórios nordestinos que se reconfiguram e passam a atender às necessidades de grupos sociais distintos do contexto dos lugares, acirrando desigualdades em uma região já marginalizada e que sofre as consequências do descuido social e da ocupação desordenada.

Essa realidade leva Yáziqi (2009) a mostrar que o “Brasil de ambição turística” pouco se conscientiza quanto à importância da organização do território, que deveria priorizar inicialmente os residentes e posteriormente, atender às exigências da atividade turística voltada aos interesses de um público externo e estranho à realidade local. Para o analista depois de atendida as demandas locais é que se deveria cuidar do território turístico com organização para o turismo que não é a mesma do residente.

Organização do território é fundamental para o turismo e indispensável para o habitante comum. Entretanto não se trata de qualquer “organização”, e sim de um procedimento que requer arte, que teimamos ignorar. (op.cit., p.32).

A proposta de planejamento e a execução das políticas propagam

o discurso do desenvolvimento social e sustentável por meio do turismo. Embutem ações de crescimento econômico atendendo à lógica do capital. Os espaços modernizados para vivência e uso das elites, acirram ainda mais as desigualdades socioeconômicas da região política marcada por conflitos e contradições impostas pelo modelo econômico desigual e combinado que incide sobre os territórios.

Território e Estado são conceitos geográficos que apresentam profunda relação. “Falar dos territórios contemporâneos é falar dos espaços de exercício do poder estatal principalmente” (MORAES, 2005, p.53). O Estado constitui um dos agentes produtores do espaço (CORREA, 1999), assim como é um dos sujeitos sociais impulsionadores da lógica capitalista. No turismo essa conjuntura é explícita.

Há, no Brasil, e em especial no Nordeste, valorização dos territórios litorâneos, com o apelo midiático do binômio sol e praia e clima tropical. Esses espaços ganham melhores infraestruturas para atender demandas provenientes do crescimento do mercado imobiliário e assim facilitar as redes de serviços turísticos que se avolumam em metrópoles e em pontos especiais do território cearense, fatos que potencializam o crescimento da atividade. As condições naturais apresentam-se como importante atrativo turístico das regiões brasileiras, sendo o ecossistema litorâneo o principal atrativo do Nordeste, e, portanto, foco de ação da política do PRODETUR nas diferentes fases. Com cerca de 3.000 km as praias do litoral nordestino aparecem com grande destaque na mídia nacional e internacional.

O litoral é valorizado, por influência de hábitos europeus saudáveis, e passa a ser espaço de intensa dinâmica, com novos significados e relações contraditórias. Com a invenção do litoral, residir próximo ao mar passa a ser privilégio, o que faz intensificar a especulação imobiliária e o aumento do valor da terra no espaço litorâneo. Seguindo a lógica mundial de crescimento econômico, novas estratégias empresariais e políticas são estruturadas e a valorização do turismo no Nordeste aparece como um trunfo do capital, em meio às estratégias neoliberais de incentivos fiscais, privatizações e valorização do capital (DANTAS, 2006).

Cidades litorâneas constituem atrações importantes para turistas e investimentos de capitais, em especial estrangeiros, na Região Nordeste, fato que potencializa o crescimento da atividade. O litoral nordestino, por sua vez, além de turístico, também se destaca enquanto reserva de interesse imobiliário e residencial. Ocupado por comunidades pesqueiras, prédios residenciais de luxo, casas de veraneio, hotéis, parques aquáticos, resorts, pousadas e serviços urbanos, os espaços litorâneos tornam-se cada vez mais competitivos e preparados para receber visitantes.

É o Nordeste detentor de cerca de 3.000 km da zona litorânea brasileira, que a condição natural é bastante explorada pelos governos estaduais e por grupos de empresas de turismo. O litoral dessa região estende-se da foz do rio Parnaíba (Maranhão) até o Recôncavo Baiano (Bahia). E é formado pelos Estados de Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe, apresentando área total de 1.554.387,725 km², sendo 877.565,831 km² abrangido pelo semiárido (IBGE, 2010). A região é ocupada por 53.081.950 habitantes, com densidade demográfica de 34,15 hab/km² (op.cit).

Os Estados nordestinos são contemplados pelo PRODETUR nas diferentes fases. Destacam-se algumas particularidades em que no PRODETUR NE I, no Estado de Alagoas, apenas o município de Maceió recebeu ações do programa; e no PRODETUR NE II o programa inseriu o norte de Minas Gerais e Espírito Santo. No PRODETUR Nacional, além dos Estados, os municípios são contemplados com ações da política, expandindo, assim a área de atuação e de desenvolvimento do turismo. Daí a relevância da reflexão sobre as transformações e dinâmicas da política de turismo nos territórios nordestinos, a partir do PRODETUR.

O turismo com o PRODETUR Nordeste I e II

O Programa de Desenvolvimento do Turismo - PRODETUR é destaque como política pública de reordenamento dos territórios para o desenvolvimento da atividade turística em Estados do Nordeste brasileiro, desde 1990. O programa inicia oficialmente as atividades em

1994, com o PRODETUR NE I, sendo finalizado em 2005. Amplia as áreas de atuações nos Estados em 2002 com o PRODETUR NE II que finaliza em 2010 e em 2008 entra na terceira fase sob a denominação de PRODETUR Nacional. A atuação do PRODETUR se dá com o financiamento de obras de infraestrutura tais como: saneamento, transportes, urbanização, com projetos de proteção ambiental e do patrimônio histórico e cultural, projetos de capacitação profissional e fortalecimento institucional das administrações de estados e municípios.

O programa foi desenvolvido a partir de estudos encomendados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) no início da década de 1990, com o objetivo de identificar atividades econômicas vantajosas que oferecessem competitividade ao Nordeste no processo de desenvolvimento. É identificado o turismo como oportunidade viável para a região, considerando os significativos aspectos naturais e culturais da região, associados à presença de mão de obra abundante e com custos relativamente baixos (BNB, s.d). O Brasil assimila os ditamos da ordem econômica mundial que se reordena colocando os serviços como mola da reestruturação capitalista. Explica Rodrigues (2001) que no início do desenvolvimento da atividade turística o Brasil vive uma crise financeira e as experiências de países subordinados ao Fundo Monetário Internacional – FMI indicavam o turismo como alternativa econômica de enfrentamento aos problemas econômicos e sociais, e o Nordeste assimila a diretriz.

Para financiar as atividades vinculadas ao turismo, o BNDES inaugurou em 1994 o Programa Nordeste Competitivo (PNC). A iniciativa para tornar o Nordeste competitivo foi apoiada pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Após negociações envolvendo a extinta SUDENE, o Banco do Nordeste (BNB), o BID, o então Ministério dos Esportes e Turismo e os Estados do Nordeste articulam-se para criação do PRODETUR/NE, com primeira fase iniciada em 1994 (BNB, s.d). Assim, instituições financeiras internacionais como o BID passam a financiar projetos vinculados ao planejamento e desenvolvimento da atividade turística. Na região Nordeste, o PRODETUR NE tem como ideologia a estratégia de auxílio e combate aos problemas da miséria, fome e desemprego crescentes na região.

As ações do PRODETUR no Nordeste representam a fusão entre o político, o econômico e o territorial, uma vez que o programa age territorialmente sobre os Estados implantando infraestrutura básica e turística nos principais destinos turísticos, em especial, em metrópoles e áreas litorâneas, espaços com imensas potencialidades para o crescimento das demandas. O que permite a instalação de empreendimentos e equipamentos turísticos que garantem a produção ampliada do capital, em espaços denominado por Santos (2006, 2002) como luminosos em uma região que até a década de 1960 carrega estigmas dos descasos sociais e políticos sendo considerado espaço excluído.

O PRODETUR contempla ações diversificadas na matriz de investimentos, o que exige elaboração de planos e projetos de construções de aeroportos, rodovias, saneamento básico, sistema de abastecimento de água, reestruturação de rodovias, capacitação profissional, elaboração e execução de Planos de Manejo e Planos Diretores de Desenvolvimento Urbano (PDDU), criação e manejo de Unidades de Conservação (UC). Há necessidade da atuação mais intensa do Estado, a partir de articulações políticas entre os diferentes órgãos públicos estaduais, municipais e federais, uma vez que as secretarias de turismo executoras do programa não têm competência e expertise para administrar as ações propostas na matriz proposta pelos financiadores.

O PRODETUR/NE I e II apresenta semelhanças quanto à área de abrangência. Para a primeira fase, a política abrange, previamente, os polos turísticos: Costa do Descobrimento, Chapada Diamantina, Litoral Sul, Costa do Descobrimento e Salvador e Entorno na Bahia; Costa das Dunas no Rio Grande do Norte; Costa das Piscinas na Paraíba; Costa dos Arrecifes em Pernambuco; Costa dos Corais em Alagoas; Costa dos Coqueiros em Sergipe; Costa do Sol no Ceará; Costa do Delta no Piauí; São Luís e entorno no Maranhão. Já para a segunda etapa, o PRODETUR amplia a área de influência territorial e passa a englobar toda a área pertencente ao chamado Polígono das Secas, incluindo, portanto, o Vale do Jequitinhonha (Minas Gerais) e Capixaba do Verde e das Águas (Espírito Santo). A Figura 1 mostra a definição dos polos turísticos do PRODETUR na região Nordeste.



Figura 1 – Polos de Turismo do PRODETUR/NE

Fonte: < <http://www.bnb.gov.br/polos-de-turismo>>. Acesso em 20 jan 2015

Durante a primeira fase do PRODETUR, o Banco do Nordeste do Brasil – BNB é o responsável pela coordenação, administração, acompanhamento e avaliação do programa (BRASIL; TCU, 2004). Já para a segunda fase, a execução da política continua sendo pelo BNB, mas com a cooperação do Ministério do Turismo, órgão criado em 2003 (op.cit.). As informações do documento de Avaliação dos Aspectos Ambientais e Socioeconômicos do PRODETUR I referente aos resultados consolidados dos projetos do PRODETUR/NE I mostram a valorização de itens essenciais ao desenvolvimento do turismo como rodovias, aeroportos e saneamento, sendo esses componentes responsáveis por cerca de 84% do valor total do PRODETUR/NE I (BNB, 2001), como se observa no Quadro 1.

Componente	Resultado	Observação
Rodovia*	877 km asfaltados	
Sistema de Água Potável*	493.257 hab. beneficiados	Final de Plano – 2008
Sistema de Esgotamento Sanitário*	639.715 hab. beneficiados	Final de Plano – 2008
Aeroporto de Natal**	829.419 passageiros	Ano de 1999
Aeroporto de Aracaju**	136.019 passageiros	Ano de 1999
Aeroporto de Fortaleza**	1.723.170 passageiros	Ano de 1999
Aeroporto de Porto Seguro**	327.724 passageiros	Ano de 1999
Aeroporto de Lençóis***	9.052	Ano de 2000

Quadro 1 – Resultados Consolidados dos Projetos do PRODETUR/NE I

Fonte: * BN – Planilhas de avaliação de projetos enviadas ao BID

** - Anuário Estatístico 2000 – Infraero – dados de desembarque

*** - Sinart/Bahiatursa – dados de embarque e desembarque.

Informações do Tribunal de Contas da União – TCU (2004) mostram que o PRODETUR/NE I investiu até abril de 2003, cerca de US\$ 592 milhões em 346 projetos de desenvolvimento institucional (DI), saneamento, recuperação e proteção ambiental, transporte, recuperação do patrimônio histórico, construção, ampliação e modernização de aeroportos e aquisição de terras, bem como a importância de US\$ 22,1 milhões em serviços de engenharia, totalizando US\$ 614,1 milhões.

Portanto os resultados do PRODETUR/NE I estão associados à implantação de infraestrutura, ao cenário de crescimento do fluxo turístico e de investimentos privados na região, que não foram satisfatórios e motivaram a concepção do PRODETUR/NE II para superar as deficiências, sobretudo na capacitação. Conforme o BID, na primeira fase, o PRODETUR NE contribuiu para a atração de R\$ 4 bilhões em investimentos privados, que contribuíram para a criação

de um milhão de empregos e para o aumento de viagens aos destinos turísticos do Nordeste. O número de turistas aumentou de seis para doze milhões entre os anos de 1994 e 2000.

Esses resultados são avaliados satisfatórios da primeira fase do PRODETUR/NE e assim as negociações para o PRODETUR II são iniciadas logo em 1999 para a continuidade do programa, quando foram disponibilizados US\$ 400 milhões (BID, 2011). O foco dos investimentos da primeira fase do programa voltou-se a redução do déficit da infraestrutura turística nos Estados nordestinos, e foi cumprido. No entanto, as ações de engenharia do PRODETUR/NE I também provocaram consideráveis impactos negativos ao meio ambiente, em razão da inadequação dos trabalhos de execução sem controle dos impactos das obras. Assim, foram estabelecidos novos critérios de controle com o objetivo de proporcionar melhores resultados para a segunda fase do Programa (BRASIL; TCU, 2004).

Na segunda etapa do PRODETUR, cada polo turístico elabora o Plano de Desenvolvimento Integrado de Turismo Sustentável - PDITS, avaliado pelo BID, e são definidas novas estratégias: participação popular através dos Conselhos de Turismo e realização de audiências públicas para discussão dos projetos; subcomponentes para fortalecimento institucional de municípios – voltados para o fortalecimento da capacidade de gerenciamento administrativo, fiscal, ambiental, cultural e de turismo e subcomponentes para a capacitação profissional. O que de certa forma acata as sugestões e demandas dos que criticam a proposta de turismo para o Estado, acusando ser de cima para baixo.

Verifica-se intensa valorização da zona litorânea para exploração da atividade turística, atraindo assim investimentos privados como *resorts* e redes de hotéis de bandeiras nacionais ou internacionais que se instalam no litoral, impulsionando o segmento de turismo de sol e praia. O Nordeste é naturalmente detentor de praias baixas e mares aquecidos propícios ao banho o ano inteiro. Assim, a zona costeira é intensamente urbanizada, e equipada para o turismo ao tempo em que a disputa de interesses pelos territórios desencadeia conflitos entre residentes e empreendedores. O turismo se instala em áreas litorâneas

expropriando e desrespeitando colônias de pescadores com as famílias que ali vivem há anos e anos, sendo as terras passadas de geração a geração. A prioridade é para o fomento ao turismo convencional, nos territórios turistificados do Nordeste, e a implantação de redes de *resorts* se modela no turismo litorâneo com padrão internacional a exemplo do que ocorre no Caribe e do México.

Entre as ações desenvolvidas pelo PRODETUR/NE II destacam-se urbanização; implantação/recuperação de rodovias; implantação/ampliação de sistemas de saneamento básico; elaboração de Planos Diretores; elaboração de Planos de Gerenciamento de Resíduos Sólidos; recuperação de patrimônio histórico, em especial nos Estados da Bahia e Pernambuco e alguns planos e projetos ambientais, como planos de manejo de unidades de Conservação, planos de recuperação de áreas degradadas, planos de controle ambiental.

No entanto, embora a intenção inicial do PRODETUR/NE II tenha sido abranger os nove Estados nordestinos mais o norte de Minas Gerais e Espírito Santo, apenas seis Estados participaram efetivamente do programa, conjuntura justificada pelo BID (2012) ocasionada por questões relacionadas às condições prévias para contratação dos subempréstimos entre o BNB e os Estados. Algumas metas foram alcançadas e superadas ao final do PRODETUR/NE II, mas novos impactos negativos foram constatados. Entre os impactos positivos são constatados o crescimento de 51% de empregos diretos no turismo, entre 2004 e 2010 tais como alojamento e alimentação para o conjunto dos polos turísticos. Tem destaque o Vale do Jequitinhonha que cresceu 75%, o polo do Piauí onde o emprego no turismo cresceu 80%; o aumento na participação do Produto Interno Bruto de Serviços no PIB Total, que atingiu 71% na Região Nordeste em 2011; e o crescimento da movimentação nas capitais que receberam recursos do Programa, que chegou a 29.599.300 passageiros em 2011 (BID, 2012).

Sobre os impactos negativos foram identificadas críticas e denúncias por parte da sociedade civil no tocante às interferências no patrimônio histórico-cultural de várias cidades, assim como questões ambientais. Foi verificado que o tempo de elaboração dos PDITS, com base em um planejamento participativo e sustentável configura a

demora para o início efetivo do programa; além de descontinuidades administrativas em função de mudanças político-partidárias nos governos e das equipes gestoras que afetaram o desenvolvimento da política nos Estados (op.cit.).

As questões positivas e negativas do PRODETUR/NE se configuraram como relevantes para a continuidade da política e a necessidade de mais investimentos na atividade turística na região Nordeste. Dessa forma, no Relatório de Término de Projeto do PRODETUR/NE II em 2012, são apresentados interesses e condições de avanços da política, pensando-se em uma terceira fase de atuação do programa, inicialmente programada apenas para a região Nordeste e posteriormente efetivada em escala nacional, sob a denominação de PRODETUR Nacional. Assim constata-se que o sucesso do turismo na região Nordeste incomoda outras regiões e pressionam politicamente quando o PRODETUR deixa de ser regional e passa a ser nacional

O PRODETUR Nacional

Em 2008, o MTUR lança, em parceria com o BID, o PRODETUR Nacional com ampliação da área de atuação que passa a ser o território brasileiro. A linha de financiamento é iniciada em 2010 com recursos de US\$ 1 bilhão. Nessa competição o Ceará, Pernambuco e Rio de Janeiro destacam-se como pioneiros na capacidade de apresentação de projetos para captar investimentos e incentivos do programa. Além dos repasses do programa diretos aos estados, o Banco mantém operação com o governo federal para a consolidação de políticas nacionais de turismo na gestão pública cooperativa e descentralizada (BID, 2011). O PRODETUR Nacional inicia no período de preparação para os megaeventos esportivos da Copa das Confederações, em 2013; Copa Mundial da FIFA, em 2014; e as Olimpíadas no Rio de Janeiro, em 2016. Projetos em execução outros em fase inicial foram financiados pelo BID com impacto direto em cidades-sede do Mundial tais como: Fortaleza, Natal, Recife e Salvador ou em destinos turísticos próximos a estas cidades, com investimentos de mais de US\$ 400 milhões (op.cit.). Constatou-se que muitas obras não foram concluídas, e as denúncias juntam-se às demais políticas comprometidas no País.

Na fase nacional o Ministério de Turismo busca fortalecer a Política Nacional de Turismo e consolidar a gestão turística de modo democrático e sustentável, alinhando investimentos regionais, estaduais e municipais a um modelo de desenvolvimento turístico nacional, buscando geração de emprego e renda, em especial para a população dos núcleos receptores de turismo. Assim, nessa fase o programa atinge áreas em todos os Estados do Brasil, apoiando o financiamento de projetos turístico e volta atenção para cinco focos: estratégia de produto turístico, estratégia de comercialização, fortalecimento institucional, infraestrutura e serviços básicos e gestão ambiental, com financiado pelo BID. Faz necessário, entretanto interesse político e uma básica organização gerencial para garantir a realização das propostas cumprindo as condições determinadas pelo programa.

Na busca de financiamentos os estados ampliam a definição dos polos de turismo. O Ceará acrescenta três polos de turismo aos já existentes no Estado: Litoral Leste, Maciço de Baturité e Serra da Ibiapaba. Pernambuco insere os polos da Costa dos Arrecifes, Agreste e Vale do São Francisco como áreas prioritárias. Sergipe insere os Polos da Costa dos Coqueirais e do Velho Chico, em referência ao Rio São Francisco⁸. Paraíba acrescenta o Polo Costa das Piscinas. E o Estado da Bahia amplia as ações para zona turística da Baía de Todos os Santos, sendo investidos US\$ 84,7 milhões no desenvolvimento dos segmentos turísticos: náutico e cultural para o Estado baiano.

A terceira fase do programa, assim como as anteriores valorizam o litoral como importante produto turístico brasileiro, uma vez que o país dispõe de mais de 7.000 quilômetros de extensão. Embora as edições passadas do PRODETUR tenham incluído espaços não litorâneos, como Chapada Diamantina, na Bahia, Vale do Jequitinhonha em Minas Gerais, o município de Viçosa do Ceará no Ceará é incluído no polo Costa do Sol. A edição contemporânea do programa abrange número maior de espaços não exclusivamente litorâneos, havendo assim investimentos em outros geossistemas potencialmente turísticos. Áreas serranas, do agreste e do sertão nordestino são apontadas como polos turísticos e áreas valorizadas para receber investimentos e incentivos

⁸ O nome Francisco no Nordeste é carinhosamente reduzido para Chico.

para o crescimento da atividade turística. Em propostas que mostram a expansão da atividade turística em territórios nordestinos para além de litorais, incluem-se atrativos que podem contribuir para geração de trabalho e renda nos diversos estados.

Na esfera municipal o PRODETUR atua nas capitais nordestinas de Salvador e Fortaleza. Há, no entanto, diferenças quanto aos agentes financiadores. O PRODETUR Nacional Salvador apresenta-se negociação com o BID, enquanto PRODETUR Nacional Fortaleza negocia com o Banco de Desenvolvimento da América Latina - CAF um banco de fomento atuando em Fortaleza desde maio de 2012 (MTUR, 2012). Para movimentar capital em território nacional, países, como o Brasil, movidos pelo desejo da entrada de divisas atendem às normas e condicionantes impostas pelos financiadores e empresas privadas investidoras na cadeia produtiva do turismo.

A importância dada ao turismo como atividade econômica dinamizado de desenvolvimento, no contexto regional, nacional e internacional, motiva o Estado brasileiro a investir na estruturação da atividade turística no País, sendo o PRODETUR a articulação política e promotora do turismo no Brasil, em especial no Nordeste. O turismo é de fato gerador de emprego e renda na região nordestina, contribui para entrada de divisas, para valorização de patrimônios históricos, culturais e naturais em muitos lugares, apesar de também provocar impactos socioambientais graves e irreversíveis. Sabe-se que com ou sem turismo a situação socioeconômica do País é problemática, e assim o turismo mesmo sendo acusado de ser atividade burguesa e de acumulação de capital tem sido atividade geradora de emprego no Nordeste e dinamizadora de transformações sociais e territoriais.

Considerações Finais

Críticas atribuídas ao turismo têm surgido em relação ao estereótipo criado por impactos negativos que o turismo de massa e de megaempreendimentos acarretam aos lugares e residentes, como expropriações de terras de pescadores, desvalorização das culturas locais e degradação da natureza. No entanto, não se pode negar que a atividade turística oportuniza a inserção do Nordeste no mercado

nacional e global e, portanto, oferece oportunidade de trabalho aos residentes. Assim, o turismo, enquanto atividade produtiva, responde aos anseios do capital global, sendo absorvido por diferentes lugares de maneiras específicas a cada realidade. Além de oferecer espaço a pequenos produtores que visam sobrevivência e não à acumulação.

O discurso político do desenvolvimento econômico a partir do aumento da oferta de emprego e da renda anima as políticas públicas. Essa conjuntura representa o eixo do turismo convencional que adota padrões de luxo, conforto e requinte para concentração de lucros, sendo este, prioridade nas formas de organização e produção dos territórios turísticos no Brasil e em especial na região Nordeste a partir do PRODETUR.

O PRODETUR representa importante passo para o turismo no Nordeste e no Brasil. Apesar de muitos destinos nordestinos apresentarem atrativos naturais de grande relevância para o turismo, e os residentes se mostrarem receptivos aos visitantes, isso não são condições suficientes para garantir o crescimento da atividade turística, há que se investir na capacitação para apresentar os serviços de forma profissionalizada.

O programa de turismo o Nordeste ao implantar melhorias infraestruturais, movimentação de divisas ajuda a promover o crescimento da Região gera aumento de postos de trabalho e amplia oportunidades de emprego e investimentos, estimula a qualificação da força de trabalho que tem melhorado e se ampliado na região.

As infraestruturas básicas precárias na maioria dos destinos turísticos, inclusive nas capitais, serviços que serve de apoio ao turismo sendo deficiente, não havendo qualidade de vida dos residentes, segurança pública, e facilidade de acesso nos núcleos receptores o lugar se configura como empecilho ao desenvolvimento do turismo. A precarização da qualidade de vida urbanos nos estados nordestinos mostra que ainda há descaso nas políticas públicas que não minimizam os problemas sociais, não garantindo o atendimento às necessidades humanas como direito de todo cidadão.

Bibliografia Consultada

AB'SABER, Aziz Nacib. **Os domínios de natureza no Brasil:** potencialidades paisagísticas. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

BID. Banco Interamericano de Desenvolvimento. Turismo em Alta. In: **Artigos**. 01 nov 2011. Disponível em: < <http://www.iadb.org/pt/noticias/artigos/2011-11-01/prodetur-no-brasil,9505.html>> Acesso em: 20 nov 2014.

BNB. Banco do Nordeste do Brasil. **PRODETUR**. Disponível em: < <http://www.bnb.gov.br/web/guest/prodetur>> Acesso em: 18 out. 2014.

_____. **Avaliação dos Aspectos Ambientais e Socioeconômicos do PRODETUR I**. Disponível em: < <http://www.iadb.org/regions/re1/br/br0323/br0204av.pdf>> Acesso em: 18 out. 2014.

BOULLÓN, Roberto C. Planificación Del Espacio Turístico. 3ª Ed. México: Trillas, 1997.

Brasil. Tribunal de Contas da União. Relatório de avaliação de programa: Programa Desenvolvimento do Turismo no Nordeste / Tribunal de Contas da União; Ministro-Relator Benjamin Zymler. – Brasília: TCU, Secretaria de Fiscalização e Avaliação de Programas de Governo, 2004. 96 p. Disponível em: <http://portal3.tcu.gov.br/portal/page/portal/TCU/comunidades/programas_governo/areas_atuacao/ind_com_serv/PRODETUR.PDF> Acesso em: 20 jun 2015.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. **Turismo, Territórios e Conflitos Imobiliários**. Fortaleza EDUECE, 2012.

_____. **Entrevista publicada no canal virtual youtube**. 2007. Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=ARpHYwQRxcw> > Acesso em: 20 dez. 2009.

_____. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

_____. O Desenvolvimento voltado às condições humanas e o turismo comunitário. In: _____; LIMA, Luiz Cruz (orgs). **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza:

EDUECE, 2003. p. 26 – 44.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço urbano**. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Ática, 1999.

COSTA, Rogério Haesbaert da. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

CRUZ, Rita de Cássia. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.

DANTAS, Eustógio Wanderley Correia; et al. NORDESTE BRASILEIRO FRAGMENTADO: de uma região com bases naturais a uma de fundamentação econômica. In: SILVA, José Bozarcchiello da; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia; ZANELLA, Maria Elisa; MEIRELES, Antônio Jeovah de Andrade (orgs). **Litoral e sertão: natureza e sociedade no nordeste brasileiro**. Fortaleza: Expressão gráfica, 2006. p. 23-43.

EMBRATUR, Instituto Brasileiro de Turismo. Brasil é o 6º no mundo em economia do Turismo. **Notícias**. 4 abr. 2014. Disponível em <http://www.embratur.gov.br/piembratur/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/Brasil_e_o_6_no_mundo_em_economia_do_Turismo.html> Acesso em: 21 jan. 2015.

FONSECA, Maria Aparecida Pontes. **Espaço, Políticas de Turismo e Competitividade**. Natal: EDUFRRN, 2005.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**. Disponível em <<http://censo2010.ibge.gov.br/>> Acesso em: 21 jan. 2015

MORAES, Antonio Carlos Robert. **Território e História no Brasil**. 2ª Ed. São Paulo: Annablume, 2005.

MTUR. Ministério do Turismo. Prefeitura de Fortaleza e CAF assinam contrato do Prodetur. **Notícias**. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20120514-3.html> Acesso em: 21 jan. 2015.

MULLER, Pierre. **Les politiques publiques**. Paris, PUF, Que ais-je, 2000.

PALOMEQUE, F. Lopez. El turismo em El desarrollo local y regional. Aportaciones conceptuais. IN BENEDICTO, J. L. Luzón e SPINOLA, N. D. **Deserrollo Regional**. Barcelona, Xarxa, Temática madamertica 2001.

RODRIGUES, Adyr B. **Turismo e Geografia**. São Paulo Hucitec 2001. p. 122- 143.

_____. Percalços do planejamento turístico: o PRODETUR-NE. In: _____. **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 3ed. São Paulo: Hucitec, 2001. p.147-162.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

_____. **Por uma geografia nova: da crítica da Geografia a uma Geografia crítica**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

SILVA, Sylvio Bandeira de M. Geografia, Turismo e Crescimento a Exemplo do Estado da Bahia. In

YAZIGI, Eduardo. **Saudade do Futuro: por uma teoria do planejamento territorial do turismo**. São Paulo: Plêiade, 2009.

O ESTADO DO PIAUÍ NO CONTEXTO TURÍSTICO DO NORDESTE

Maria Majaci Moura da Silva⁹

Bernardo Machado Gontijo¹⁰

Introdução

Ao observarmos a localização e a conformação territorial do estado do Piauí, dois elementos saltam aos olhos – a pequena dimensão de seu litoral se comparada à extensão territorial de todo o estado, e o fato desta pequena faixa litorânea configurar-se na extremidade norte de uma faixa de terra que se encontra envolvida pelos estados do Ceará, a leste, e do Maranhão, a oeste. Se considerarmos que grande parte do apelo turístico do Nordeste brasileiro se encontra restrito a exuberante faixa litorânea, podemos dizer que o Piauí se encontra exprimido entre os estados vizinhos. Mas, sabemos que turismo, no Nordeste brasileiro, não tem porque estar restrito ao litoral, da mesma forma que turismo, no Piauí, não pode depender da diminuta faixa litorânea. O Piauí é um estado exprimido entre o Ceará e o Maranhão.

Ao dividir com o Maranhão o assim chamado “Meio-Norte” brasileiro, o Piauí cresce em importância no contexto regional. Neste sentido também cresce a importância do Maranhão, se pensarmos para além dos magníficos “Lençóis”. Assim pretendemos discorrer sobre o Piauí no contexto turístico do Nordeste brasileiro, e é a isso que nos ateremos. A condição “exprimida” do Piauí (se é que podemos considerar assim) deve-se a fatores histórico-territoriais específicos, fatores estes que apontam para o diferencial A história e a posição geográfica, portanto, são elementos únicos a partir dos quais a análise irá se realizar. Ênfase maior será dada à questão do turismo no litoral piauiense uma vez que a maior parte desta análise decorre da tese de doutorado voltada especificamente para esta questão.

Com pouco mais de três milhões de habitantes, agrupados em 224 municípios e dispersos por uma área de mais de 250 mil km²,

9 Bióloga, Prof^ª Dra da UFPI,

10 Geógrafo e Biólogo, Prof. Dr. da UFMG.

a densidade demográfica do Piauí é de cerca de 12,4 habitantes por km² (IBGE, 2010). O Produto Interno Bruto (PIB) gira em torno de R\$ 19 bilhões, sendo a renda *per capita* de R\$ 6.051. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é de 0,703 e Índice de Desigualdade Social (Gini) de 0,46 (IPEA, 2010). Tratam-se de números que colocam o estado do Piauí entre os mais carentes da nação, mas não necessariamente entre os mais carentes do Nordeste brasileiro. O povo piauiense é orgulhoso não apenas de sua terra e de sua história, mas também de sua pré-história, elementos que, em conjunto, oferecem cultura, o que certamente deságua nas peculiaridades turísticas.

Voltando no tempo

Marcas da pré-história piauiense são encontradas em diversos sítios arqueológicos espalhados pelo estado, muitos deles devidamente protegidos no seio de unidades de conservação. Os Parques Nacionais das Sete Cidades e da Serra da Capivara são emblemáticos neste sentido, sendo que a Serra da Capivara testemunha não só a presença humana pretérita, como a luta de uma arqueóloga que consegue formalizar a proteção integral da paisagem única, que hoje consiste em um dos grandes polos de atração turística do estado e do Nordeste brasileiro, uma atratividade que ganha peso se considerarmos a distância em relação ao litoral.

Antes da chegada dos europeus, tais populações erravam pelo interior do país, com modelos específicos de ocupação territorial, modelos estes que foram variando ao longo do tempo. Com base em vestígios de carvão encontrados na Serra da Capivara, a ocupação pré-histórica remete a mais de trinta mil anos. Trata-se de uma afirmação arrojada e questionada por uma grande parcela da comunidade arqueológica brasileira. (BARROS, 2009). Independente de qual seja a idade da chegada das primeiras populações humanas no que hoje é o território brasileiro, importa que tais vestígios estejam preservados e sejam conhecidos pela população atual – daí a vocação turística e a importância que alcançam se considerarmos as marcas que permaneceram no Piauí de hoje. Até a chegada dos primeiros colonos de origem ou ascendência europeia, as terras do Piauí receberam a denominação de Piaguí, nome este dado pelos habitantes nativos, descendentes diretos

daqueles povos pré-históricos. Mais tarde, chamaram-nas Piagoí, sendo que somente depois é que ficaram conhecidas por Piauí, que quer dizer “rio de piau”, uma espécie de peixe comum nas águas da região (NUNES, 1974, p. 54).

A partir da segunda metade do século XVII, quando o bandeirante paulista Domingos Jorge Velho penetrou na região, o território começou a ser, literalmente, “desbravado” – nativos considerados “bravos” foram dizimados ou escravizados para trabalharem nos currais e fazendas de gado que começavam a surgir. Foi o bandeirante Velho quem deu a atual denominação de Parnaíba ao rio que antes era conhecido como rio Grande dos Tapuias, Pará ou Punaré (MAVIGNIER, 2005 p. 87). A partir de então, a colonização do Piauí deu-se do sertão para o litoral (NUNES, 1974), uma vez que fazendeiros que moravam no entorno do Rio São Francisco, à procura de novas expansões para criações de gado, passaram a ocupar, a partir de 1674, com cartas de sesmarias concedidas pelo governo de Pernambuco, terras situadas às margens do rio Gurguéia.

As principais povoações do Piauí, depois transformadas em vilas e cidades, cresceram a partir de algumas dessas fazendas de criação de gado. A carne, como alimentação, e o couro no vestuário, permitiram a sobrevivência dos desbravadores pioneiros por mais de cem anos, ao longo do século XVIII. Já no primeiro quartel do século XIX, o Piauí aderiu à declaração de independência política de D. Pedro I, tendo sido palco de memorável batalha contra o jugo português, em 1823. Tal batalha foi denominada do Jenipapo, que ocorreu no município de Campo Maior, quando foram derrotadas as tropas de Fidié, que defendiam a manutenção da Coroa Portuguesa (NUNES, 1974). Campo Maior encontra-se a meio caminho entre Teresina, a atual capital, e Parnaíba, cidade-chave do movimento da independência. Uma vez que a civilização e a economia piauiense desenvolviam-se no interior, exatamente naquela faixa de transição ambiental entre a Amazônia Oriental e o Sertão das Caatingas, Parnaíba, na foz do rio de mesmo nome, iria se constituir no principal núcleo econômico e político da região, além de constituir-se na via mais próxima de saída para o litoral. Em meados do século XIX, a capital do estado é transferida para a nova cidade de Teresina, planejada e concebida em

pleno Meio-Norte brasileiro, às margens do Parnaíba e a meio caminho entre o litoral e o sertão.

Vivendo uma longa calmaria política a partir da instalação da república, o estado do Piauí passou a sofrer grandes dificuldades no sentido de promoção de seu desenvolvimento. O mesmo Meio-Norte, ainda rico e único em termos de transição biônica, constituiu-se numa faixa deprimida economicamente, situada entre a porta de entrada amazônica (a foz do Amazonas em Belém e região de Paragominas) e o core econômico nordestino (a faixa litorânea entre o Recôncavo Baiano e o Ceará). Acrescente-se a isso a centralidade que Brasília passou a representar, a partir de meados do século XX, na conformação territorial do país – Piauí ficou demasiadamente longe dos eixos viários que se formaram em direção ao norte (a rodovia Belém-Brasília) e na direção nordeste (Brasília-Salvador, passando pelo oeste da Bahia).

O Piauí e os núcleos indutores de turismo

O Piauí adentra o século XXI sofrendo ainda consequências de decisões políticas do passado recente. Isto foi especialmente emblemático na medida em que a prioridade dada ao transporte rodoviário provocou a decadência das alternativas ferroviárias e hidroviárias, tão importantes para estruturação econômica do estado. A Estrada de Ferro do Piauí foi, por muitos anos, responsável pelo transporte de passageiros residentes nas cidades do interior do estado. Com notável relevância para a movimentação de sua economia e de sua sociedade, os trens de passageiros serviram à estrada até pelo menos 1990. A estrada jamais foi oficialmente erradicada, sendo que, atualmente, os trilhos foram arrancados na maioria do percurso, exceto no trecho entre Altos e Teresina, usados pelos trens de carga vindos de São Luís/MA e de Fortaleza/CE.

Os mesmos sinais de declínio também se observam em relação ao transporte hidroviário. O Porto das Barcas, em Parnaíba, marcava a entrada e saída dos bens comercializados no estado. Com grande fluxo de embarcações, em 1911 a cabotagem com barcos a vapor chegava ao apogeu, alcançando-se a cidade de Santa Filomena, distante mais de 1.000 km do litoral (DIAS, 2003). Exportava-se carne de charque para

a Europa e movimentava-se a indústria local. Após aproximadamente 35 anos do fechamento do comércio e das indústrias, alguns prédios da região do Porto das Barcas foram restaurados, preservando-se a mesma arquitetura, e transformados em espaço turístico. Mesmo que outras edificações estejam lançadas ao abandono e ao esquecimento dos seus proprietários herdeiros, o Porto das Barcas constitui-se em importante marca na paisagem turística do Delta do rio Parnaíba. Para além do passivo histórico hoje observável no estado, uma grande centralidade política representada pelos estados vizinhos ao Piauí. Neste sentido, a ascendência política de estados como Maranhão, Ceará, Pernambuco e Bahia acabam por ofuscar as demandas piauienses, especialmente no que tange a alocação de recursos, obras de infraestrutura e melhorias viárias. Em relação àquelas intervenções cujos reflexos se fariam sentir diretamente no desenvolvimento da atividade turística, o Piauí segue como coadjuvante nas políticas públicas recentes e em curso no Nordeste. Foi assim com relação ao PRODETUR e, agora, em relação aos Núcleos Indutores de Turismo. A condição de “exprimido” entre os vizinhos persiste, mas isto pode ser pensado de forma a reverter em vantagens competitivas para o estado.

Escolhidos para receber uma estratégia prioritária de investimentos técnicos por parte do Ministério do Turismo,⁶⁵ “Destinos Indutores” foram selecionados a partir de roteiros que já possuíam uma infraestrutura turística básica, com atrativos qualificados, capazes de atrair e distribuir visitantes às próprias cidades do seu entorno (Mtur, 2008). No que diz respeito ao Piauí, três núcleos indutores foram concebidos, sendo eles a capital Teresina, a já citada Parnaíba e São Raimundo Nonato, na região central da caatinga piauiense, porta de entrada do Parque Nacional da Serra da Capivara (Figura 1).

Localizados de maneira a conformar um eixo norte-sul ao longo do território do estado, os três núcleos representam importantes momentos históricos e apresentam, enquanto paisagem, os três principais elementos da geografia do estado. São Raimundo Nonato é marcado pela pré-história e seus vestígios no sertão semiárido. Parnaíba exhibe tanto a exuberância de sua paisagem litorânea, notadamente em relação ao Delta do Parnaíba, como as marcas de uma história que conheceu tanto a opulência como a decadência. Teresina, por fim, é

jovem enquanto centro urbano e político, e prepara-se para o futuro sem esquecer a posição central e estratégica na hinterlândia do Meio-Norte brasileiro.

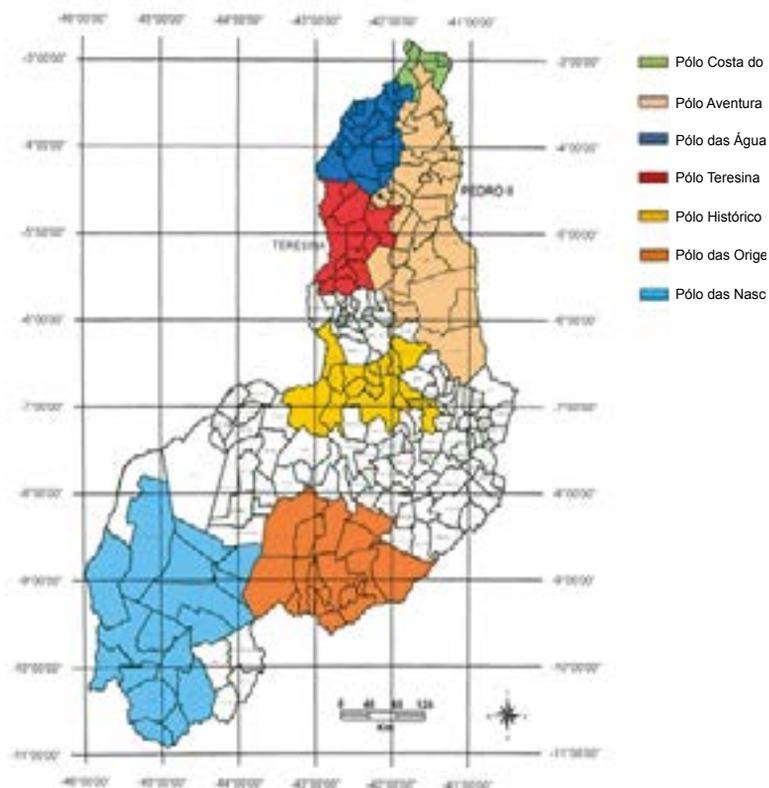


Figura 1 - Mapa dos núcleos indutores do turismo no Piauí
Fonte: IBGE (2010)

Teresina a cidade verde

A capital do Estado, Teresina, tem atividade turística concentrada em torno de recursos naturais e atrativos histórico-culturais, além de estar se desenvolvendo como centro de referência para realização de

eventos de negócios. Entre os atrativos estão o Museu Histórico do Piauí, agora conhecido como Museu Odilon Nunes; o Centro de Artesanato Mestre Dezinho; a Igreja Nossa Senhora do Amparo, considerada o templo mais antigo, sendo datada de 1852. Outro templo que chama a atenção pela beleza é a Igreja de São Benedito. Os outros atrativos são o Mercado Central, que antes era chamado de Mercado Velho; o “Shopping Cidadão”, com lojas populares; o encontro dos rios Poti e Parnaíba, no bairro Poti Velho; a Ponte Estaiada.



Figura 2 - Ponte Estaiada.

Fonte: Aureliano Miller (2011); Majaci Moura Silva (2012).

A culinária teresinense também conta com os pratos típicos mais conhecidos e festejados da região, como o arroz Maria-Isabel, a paçoca de carne de sol, o doce de limão, o capote, a galinha ao molho pardo,

além de sua principal bebida, a cajuína¹¹. Com relação ao artesanato, o principal destaque da região é a arte santeira, à base de cerâmica, ferro contorcido e, principalmente, de madeira. “A arte santeira no Piauí remonta ao tempo de ocupação do seu território, período em que os jesuítas começaram o processo de catequese das populações indígenas.” (MAVIGNIER, 2005, p. 103). Teresina possui uma completa rede de prestação de serviços de saúde, o que torna a capital um importante centro de atendimento médico nas mais diversas especializações. Por essas características, aliadas à sua localização geográfica, para Teresina se deslocam pessoas vindas de diversos estados do norte e nordeste, especialmente do interior, em busca de serviços de saúde, chegando a representar 48% do atendimento médico dos hospitais públicos da capital.

Neste contexto, por mais importante que o turismo seja do ponto de vista econômico, e sem dúvida o é, a maior importância é a sociocultural. A conjuntura atual é valiosa para o setor do turismo em Teresina na medida em que os investidores podem vir a se beneficiar da centralidade e do crescimento da capital do Piauí.

O Núcleo indutor de São Raimundo Nonato

O segundo núcleo indutor é o município de São Raimundo Nonato, considerado a porta de entrada para o Parque Nacional da Serra da Capivara, que reúne uma das maiores concentrações de sítios arqueológicos do país. São mais de 40 mil pinturas, algumas com mais de 9 mil anos, além de vestígios que, segundo Guidón, poderiam representar o mais antigo testemunho da presença do homem nas Américas, algo em torno de 50 mil anos AP¹².

O Parque Nacional da Serra da Capivara, localizado nos

11 A cajuína é uma bebida feita a partir da “água do caju”, ou suco de caju clarificado. Tipicamente nordestina, não contém álcool e apresenta uma cor amarelo-âmbar, resultante do cozimento do suco natural de caju, sendo preparada e engarrafada de maneira artesanal. É símbolo cultural da cidade de Teresina e é considerada Patrimônio Cultural do Estado do Piauí.

12 AP: Antes do Presente. Tal afirmação é contestada por uma grande parcela da comunidade arqueológica brasileira, sendo que não entraremos, aqui, no mérito da questão.

municípios de São Raimundo Nonato, Coronel José Dias, João Costa e Canto do Buriti, é o principal atrativo da região, sendo considerado Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO, desde 1991. Foi criado em 5 de junho de 1979, pelo Decreto nº 83.548, visando proteger “a maior concentração (sic) de sítios arqueológicos das Américas, e uma área significativa da caatinga, perfazendo 129.140 hectares em um perímetro de 214 km” (ADRIÃO NETO, 2010, p. 98).

Há na área uma série de circuitos turísticos compostos por trilhas com diferentes graus de dificuldade, a exemplo da Trilha do Humbu, com escada metálica de 73 metros e caminhada difícil de 15 km. As trilhas dão acesso a sítios arqueológicos e possibilitam o contato com os monumentos, a paisagem, as formações vegetais e a fauna variada. Tal riqueza tem atraído pesquisadores e turistas do Brasil e do exterior, os quais se deparam com formações rochosas, cânions, grutas e inscrições rupestres únicas e de uma grandiosidade turística que ultrapassa qualquer celeuma arqueológica. A principal delas é o “Baixão da Pedra Furada”, com grande estrutura receptiva, passarelas panorâmicas, iluminação noturna e centro de apoio ao visitante. Atualmente os sítios preparados para a visita atingem o número de 128, dos quais, 16 oferecem os serviços de acesso para as pessoas com dificuldade de locomoção (BARROS, 2009, p.17).

Outro atrativo cultural de destaque é o Museu do Homem Americano, localizado em São Raimundo Nonato. O museu, inaugurado em 1994, está dividido em diversos espaços, com painéis e peças coletadas a partir das escavações já realizadas, que representam a evolução pré-histórica da região. Podem ser observados painéis que retratam a flora, a fauna, gravuras e pinturas rupestres, além de exposições de peças representando vestígios da cultura primitiva como utensílios domésticos, adornos e urnas funerárias (BARROS, 2009, p.30). Usadas enquanto painéis durante milhares de anos, “as paredes dos sítios foram pintadas e gravadas por grupos humanos com diferentes características culturais que se refletem nas escolhas gráficas que aparecem nos sítios. O visitante pode hoje observar um produto gráfico final que foi realizado gradativamente e que, pela sua narratividade, evoca fatos da vida cotidiana e cerimonial da vida em épocas pré-históricas” (BARROS, 2009, p.32).

O Parque está aberto desde 1995 e conta com excelente infraestrutura e serviços para visitação, como centro de visitantes, informações, visitas guiadas em português, inglês e espanhol, sinalização e instalações sanitárias adaptadas, serviços de limpeza e segurança, lanchonete, albergue e área para *camping*, localizada no povoado Sítio do Mocó, próximo à entrada principal. Merece destaque ainda na região a gastronomia e o artesanato típicos. Os principais pratos típicos da região são baião de dois, bode assado, guisado de bode, Maria-Isabel, buchada, galinha caipira, beiju, umbuzada, pintado e panelada.

Dentre os objetos artesanais produzidos no município, citam-se bordados manuais e à máquina, bonecas e caixas de presente confeccionadas com palha de milho, peças diversas feitas com palha de carnaúba, madeira e fibra do caroá, além de “biojoias” produzidas com sementes da vegetação local. O destaque é para os potes de barro e esculturas de animais feitos com argila e que retratam os temas rupestres do Parque Nacional da Serra da Capivara, a exemplo da Cerâmica Serra da Capivara, do povoado de Barreirinho, em Coronel José Dias.

Para facilitar a chegada de turistas, a região deverá contar com aeroporto internacional, localizado em São Raimundo Nonato, com uma área de 12.000 m², aproximadamente a 8 km do centro. As obras da pista e do pátio de estacionamento, com capacidade para três aeronaves, já estão concluídas. Atualmente estão em andamento a construção do terminal de passageiros e a extensão da pista de pouso. Quando pronto, o aeroporto contará com uma pista de 1.650 metros de comprimento, capaz de receber aeronaves de grande porte. A data da conclusão, entretanto, é incerta, uma vez que as obras encontram-se paradas, o que justifica, em parte, as apreensões do piauiense em relação àquele sombreamento político citado anteriormente.

Parnaíba

Município com grande índice populacional, setor de comércio e serviços desenvolvidos, que polariza mais de 20 municípios no entorno, os quais dependem deste grande centro indutor turístico, totalizando uma população de cerca de 600 mil habitantes. É o portal de entrada do Delta do Rio Parnaíba, sendo que grande parte do município é uma

planície aluvial formada pelo referido delta, que abriga lagoas, dunas, muitas ilhas e ilhotas, configurando-se em uma exuberante paisagem natural.

A cidade é arborizada, de clima quente, com a brisa que sopra o ano inteiro, possuindo casarões coloniais com arquitetura portuguesa e inglesa conservados. Destacam-se as igrejas históricas de Santo Antônio e de Nossa Senhora das Graças, monumentos e diversas atrações turísticas, como o cajueiro plantado no quintal da residência do poeta Humberto de Campos, o pôr do sol na praia de Pedra do Sal, o Terminal Turístico do Porto das Barcas, a Lagoa do Portinho e o Delta propriamente dito.

O delta, por si só, trata-se de uma feição litorânea única no litoral brasileiro, e das Américas, por se dar em mar aberto. O Rio Parnaíba chega ao Oceano Atlântico através de cinco barras, das quais quatro estão situadas no Maranhão e uma no estado do Piauí (GANDARA, 2010, p. 234). Com o propósito de conservar este patrimônio, foi criada na região uma Unidade de Conservação (UC) de Uso Sustentável, a Área de Proteção Ambiental (APA) do Delta do Parnaíba, com extensão de 3.138,00 km² de superfície, que abarca os estados do Ceará, Piauí e Maranhão. No estado do Piauí, os municípios de Cajueiro da Praia, Luiz Correia, Parnaíba e Ilha Grande compõem a referida APA (COSTA, 2009).

A APA do Delta do Parnaíba sobrepõe dois parques vizinhos ao Piauí – o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, no Maranhão, e o Parque Nacional de Jericoacoara, no Ceará, os quais abrigam atrativos naturais de grande interesse turístico. Apesar de possuir a menor parte territorial, é no Piauí que se dá o principal acesso ao Delta, via Parnaíba e Porto dos Tatus, em Ilha Grande. Trata-se de uma área que requer atenção em função do potencial em recursos naturais, da existência de ecossistemas frágeis e deficiência das condições de vida, sobretudo aquelas áreas mantidas pela agricultura e pecuária tradicionais, de cata de caranguejo e de pesca artesanal marítima e lacustre (MMA, 2000).

A APA envolve outra UC de grande importância na região, qual seja, a Reserva Extrativista Marinha do Delta do Parnaíba, composta de algumas ilhas do delta. Compreende os municípios de Ilha Grande (PI)

e Araiões (MA), e abrange uma área de aproximadamente 275,6 km² com cerca de 3.000 habitantes, que vivem em sua maioria da pesca, da cata do caranguejo e da agricultura em pequena escala (LUSTOSA, 2005).

As atividades turísticas nestas unidades de conservação ocorrem sem planejamento, marcada por iniciativas diversas, promovidas pelos segmentos públicos e privados, com particular ênfase em ações de promoção e comercialização. A oferta de produtos turísticos é limitada, pouco elaborada e, em sua maioria, sem ser direcionada para consumidores mais exigentes, principalmente turistas internacionais. Os produtos turísticos são baseados nos atrativos naturais que, apesar de grande valor paisagístico, apresentam pouca variedade. A gestão turística não é integrada, havendo baixa articulação horizontal e vertical entre os atores envolvidos.

Os períodos de maior movimento de turistas correspondem à época de fim de ano e no mês de julho, podendo preencher a capacidade instalada de hospedagem, que chega a cinco mil leitos. Entretanto, em épocas de baixa estação, a ocupação situa-se entre 2 e 60%, dificultando a sobrevivência dos empreendimentos hoteleiros (MMA, 2000).

Ressalta-se a importância do município de Parnaíba como forma de garantir que a composição do produto turístico no Polo Costa do Delta (o qual será referido mais adiante) possa suprir as necessidades de serviços e infraestrutura turística para o fluxo a ser incrementado. Parnaíba polariza os demais municípios litorâneos do Piauí – Ilha Grande, Luís Correa e Cajueiro da Praia – e, assim como o Delta, está a meio caminho de Jericoacoara (CE) e Lençóis Maranhenses – tal trio de atrações compõe a assim chamada “Rota das Emoções”, a qual será referida mais adiante na medida em que revela bem a condição intermediária do Piauí em relação aos seus vizinhos Ceará e Maranhão.

Para além dos núcleos indutores de turismo

Por mais que os três núcleos indutores acima referidos tenham potencial, de fato, para induzir e fomentar a atividade turística no estado, os mesmos só alcançam a devida importância se destacarmos o que, de resto, o Piauí tem a oferecer. Para facilitar a gestão do turismo

no Piauí, a política estadual concebeu sete regiões turísticas (Figura 4), chamando-as de polos, sendo eles: Polo Costa do Delta, Polo Aventura e Mistério, Polo das Águas, Polo Teresina, Polo Histórico Cultural, Polo das Origens e Polo das Nascentes. Esses polos foram nomeados e divididos de acordo com o atrativo principal existente em cada um.

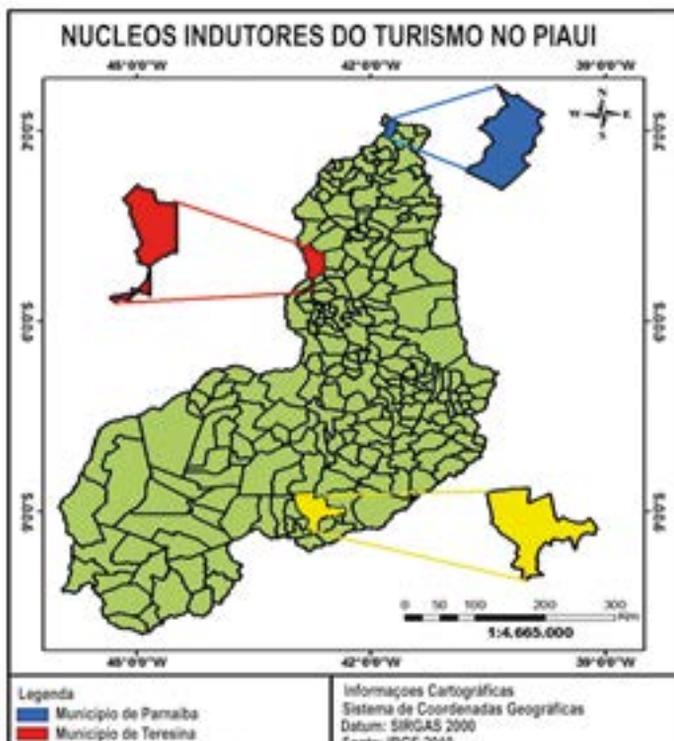


Figura 4 - Mapa dos Pólos turísticos do Piauí

Fonte: SEMAR, 2012.

Os três núcleos indutores capitaneiam os polos Costa do Delta, Teresina e Das Origens, restando aqui algumas considerações sobre os demais polos. No assim chamado Polo Aventura e Mistério encontram-se o Parque Nacional das Sete Cidades, no município de Piracuruca, a meio caminho entre Teresina e Ubajara, Ceará, e o município de Pedro II, que está localizado a 220 km de Teresina, no norte do estado. Pedro

II localizada na Serra dos Matões, a uma altitude de 743 metros, e tem uma população de mais de 40 mil habitantes. Sua temperatura é amena para os padrões nordestinos (varia entre 25° e 30° ao dia e 20° a 16° à noite), sendo o principal produto de sua economia a extração de pedras semipreciosas, com destaque para as opalas. Também se destaca um rico artesanato à base de fio de algodão, que dá origem a belas tapeçarias e redes.

Entre as belezas naturais, estão o Morro do Gritador (figura 04), com uma escarpa de cerca de 280 metros e a uma altitude de 730 metros, capaz de produzir ecos, considerado local ideal para prática de rapel e voos de asa delta; a Cachoeira do Salto Liso, com queda de cerca de 30m; o Olho d'água Buritizinho, entre outros. Os sítios arqueológicos (da Lapa) retratam a vida do homem pré-histórico nestas terras.

O destaque do Polo das Águas é o Parque Ecológico da Cachoeira do Urubu, situado a 18 km do município de Esperantina. Este município apresenta uma população residente de 37.787 habitantes e dista 160 km da capital. O Parque Cachoeira do Urubu foi criado em 1988 e apresenta, além das belas quedas d'água, formações rochosas únicas. As quedas d'água e corredeiras do Rio Longá são o divisor entre os municípios de Esperantina e Batalha. O período de janeiro a julho é o melhor para a visitação, devido ao grande volume de água, uma vez que nos outros meses o volume de água diminui bastante.

Quanto ao Polo Histórico Cultural, uma das referências   o município de Santa Cruz dos Milagres, que está situado a 168 km da capital. Trata-se de um município pobre, mas que acredita no turismo religioso como forma de melhorar seus índices e a qualidade de vida dos seus moradores. Desenvolve o turismo religioso em devoção à imagem de Santa Cruz dos Milagres. A quantidade de romeiros   maior que a população residente, contribuindo assim para o fortalecimento do modelo de desenvolvimento turístico desejado para a localidade. Neste polo concentram-se alguns dos municípios mais antigos do Piaul, destacando-se aí os núcleos históricos de Floriano, Oeiras e Picos.

O Polo das Nascentes, que concentra parte das cabeceiras do Parnaíba, uma parte delas abrigada no Parque Nacional das Nascentes

do Parnaíba (na divisa com o sul do Maranhão). Neste polo também se encontra a grande Estação Ecológica de Uruçui-Una (municípios de Baixa Grande do Ribeiro, Santa Filomena e Bom Jesus), o vale do Gurguéia, considerado um grande oásis em meio à caatinga piauiense, e a porção ocidental do Parque Nacional da Serra das Confusões (o maior do estado), cuja porção oriental está situada no município de Caracol, no Polo das Origens. Verifica-se que a riqueza de opções turísticas ao se avaliar o potencial do Piauí como um todo. O estado possui um número significativo de unidades de conservação que, por si só, atestam para suas riquezas naturais. Em algumas delas a visitação turística já acontece (como é o caso dos Parques Nacionais das Sete Cidades e da Serra da Capivara) e em outros a visitação é espontânea, estando para ser devidamente planejada de modo a aquecer as deprimidas economias locais. A pressão turística, por outro lado, se faz sentir na curta faixa litorânea do norte do estado, o que se deve tanto às peculiaridades do ecossistema local como à proximidade dos destinos consagrados dos estados vizinhos (Lençóis Maranhenses e Jericoacoara).

A faixa litorânea merece, aqui, um aprofundamento maior, na medida em que representa bem a condição geográfica do estado e, ao mesmo tempo, aponta para alternativas de crescimento turístico se pensada para além do eixo leste/oeste (ou Ceará / Maranhão), cristalizado da Rota das Emoções. O litoral piauiense deve ser entendido, também, como a histórica porta de entrada e saída do estado, razão pela qual sua ligação com os polos vizinhos (“das Águas” e “da Aventura e Mistério”) e com Teresina, enquanto capital, polo e núcleo indutor do turismo que deve ser especialmente valorizada.

Um litoral pequeno em extensão, mas grande em complexidade.

Os pouco mais de sessenta quilômetros de orla piauiense estão distribuídos em quatro municípios, cada um apresentando características próprias. Na divisa com o Maranhão, em meio ao ambiente de delta, está Ilha Grande, o mais jovem dos quatro municípios uma vez que foi emancipado recentemente (1997) de Parnaíba. Abrange a porção noroeste da Ilha Grande de Santa Isabel, sendo uma ilha com ocupação antiga, estreitamente ligada ao núcleo urbano de Parnaíba, e cujas atividades econômicas sempre estiveram relacionadas ao que os

ecossistemas locais permitiam. O aporte turístico recente transformou seu porto (dos Tatus) em passagem obrigatória para o Delta do Parnaíba, por mais singelo e carente que ainda seja. Segue-se o município de Parnaíba, cuja importância histórica já foi aqui mencionada, e que permanece como porta de entrada turística do delta de mesmo nome. Em termos de orla, sua principal praia é a da Pedra do Sal, localizada na mesma Ilha Grande de Santa Isabel, e que é linda a uma grande planta de energia eólica, marcante na paisagem local e que acaba por ofuscar a pequena praia de Pedra do Sal e seu farol. Tanto aí, como em Ilha Grande, destaca-se a atividade artesanal em rendas e fibras locais, elemento a ser considerado em termos do planejamento de seu turismo.

Como suporte para o desenvolvimento da atividade turística no litoral do Piauí, em Parnaíba foi construído um aeroporto de grande porte na tentativa de se consolidar mais uma porta de entrada para o Nordeste. No entanto, tal aeroporto se encontra subutilizado para voos regulares, possuindo toda a infraestrutura de um aeroporto internacional, mas funcionando somente para pequenas aeronaves particulares. Acrescente-se a isso, o fato de que aeroportos semelhantes estão sendo concebidos tanto para Jericoacoara como para Lençóis Maranhenses.

A sede municipal de Parnaíba encontra-se a poucos quilômetros de Luis Correa, o maior município litorâneo, e o que mais recebe os turistas que buscam o mar. Aí está localizada a praia de Atalaia, a que foi eleita para receber os recursos oriundos do PRODETUR de forma a melhorar sua infraestrutura receptiva. De fato, trata-se de uma praia bem urbanizada e que recebe um volume grande de turistas a ponto de se verificar um movimento de massa. Luis Correa era a estação final da antiga ferrovia que partia de Teresina, sendo que hoje ainda espera a conclusão da construção de um grande terminal portuário, o que vem sendo executado em ritmo muito lento – o que é para ser o maior porto do Piauí vem assistindo terminais portuários sendo concebidos e concluídos nos estados vizinhos do Maranhão e Ceará. Para além do núcleo urbano, Luis Correa possui outras praias ao longo de seu litoral, além de lagoas e dunas que são espontaneamente ocupadas para efeito de atração de turistas.

O último município do litoral piauiense, já na divisa com o Ceará, é Cajueiro da Praia, com rica biodiversidade e ambientes propícios para a prática de esportes náuticos. Sua principal praia é a de Barra Grande, onde se concentra o maior número de meios de hospedagem e de alimentação. Em Cajueiro encontra-se uma estação de pesquisa e monitoramento do peixe-boi marinho, espécie rara e que confere um diferencial à região, muito embora o turismo, aí, ainda possa ser considerado incipiente. Ainda sem sofrer as mazelas de uma movimentação turística de massa, em Cajueiro e Barra Grande é possível se pensar em atividades diferenciadas e sustentáveis de forma a qualificar o município a partir de sua vocação natural. Toda a orla piauiense constitui-se no trecho intermediário do roteiro concebido e batizado como “Rota das Emoções”, aquela que liga Jericoacoara no Ceará aos Lençóis Maranhenses. O objetivo foi o de ligar o planejamento turístico local ao regional, beneficiando os municípios que o compõem, por meio de uma melhor comercialização dos destinos, levando eventualmente ao aumento do fluxo turístico e à ampliação do tempo de permanência de turistas na região, o que geraria aumento de gastos no local, movimentando a economia destas localidades (SEBRAE, 2011).

Parcerias mantidas com os governos dos três Estados e com os prefeitos dos 12 (doze) municípios envolvidos na Rota não estão funcionando de maneira satisfatória, havendo falta de empenho e mobilização dos gestores municipais e até estaduais. No entanto, os empreendimentos privados envolvidos nos setores de hospedagem, gastronomia, manifestações culturais, esportivos, artesanatos, agências receptivas, associações de transportes e de guias, juntos, tem tentado alavancar o sucesso da Rota nos três estados.

Perspectivas para o Piauí

Com a expansão do turismo de sol e praia nos quatro municípios que compõem o litoral do Piauí – Ilha Grande, Parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia – emergiram problemas e conflitos, o que torna urgente a definição de estratégias de planejamento visando ordenar a ocupação urbana e a preservação ambiental no litoral, sobretudo, na orla de Luís Correia, que recebe o maior fluxo de turistas, no Porto

dos Tatus, porta de entrada de turistas para o Delta do Parnaíba, e ainda, o controle na cata do caranguejo-uçá dentro e fora da RESEX Marinha do Delta do Parnaíba. Apesar de possuir potencialidade turística, incluindo o turismo de veraneio, o litoral piauiense também apresenta elevados índices de carências sociais e de infraestrutura urbana, no sentido de manter a equidade entre os estados do Ceará e do Maranhão, nos aspectos relacionados à qualidade dos serviços, à melhoria da infraestrutura turística, ao aumento de agências receptoras, ao forte apelo do marketing turístico e à qualificação permanente do *trade* turístico.

Nessa perspectiva, também devem ser avaliados os projetos de Fixação das Dunas da Lagoa do Portinho, em Parnaíba, a construção do sistema simplificado de esgotamento sanitário e de abastecimento de água, em Ilha Grande, Barra Grande (Município de Cajueiro da Praia) e Luís Correia, gerando uma melhoria na qualidade de vida dos residentes. Além disso, tais investimentos poderão favorecer a atração de novos negócios, uma vez que as localidades são bastante carentes de infraestrutura básica.

Apesar da existência de empreendimentos de médio e grande porte, como hotéis, *resorts* e pousadas mais sofisticadas, o turismo no litoral do Piauí é promovido, em sua maioria, por empresas turísticas de pequeno porte, muitas de estrutura familiar ou de administração pouco profissional. Isso determina à gestão local de empreendimentos turísticos um grau de informalidade excessivo, verificado em Pedra do Sal (orla de Parnaíba), Ilha Grande, toda a orla de Luís Correia e Barra Grande, esta enquanto principal balneário de Cajueiro da Praia,

Dessa forma, o turismo deve apoiar a conservação da natureza, especialmente a proteção da vida selvagem nos ecossistemas terrestres, aquáticos, costeiros e marinhos, bem como evitar contribuir para a fragmentação e a degradação das paisagens naturais, que reduzem a qualidade da experiência do visitante e impactam negativamente o ambiente. Sendo assim, os sistemas de manejo turístico devem distribuir de forma eficiente os fluxos turísticos ao longo do ano, e a renda obtida deve apoiar tecnologias e estratégias de uso sustentáveis. As atividades turísticas devem eliminar o consumo insustentável e

minimizar a poluição e o desperdício, reduzindo os custos operacionais e de recuperação do ambiente. Acrescente-se o fato de que é fundamental a busca por fontes de energia mais limpas e o uso eficiente dos recursos naturais nos quatro municípios do litoral.

Além disso, a malha ferroviária existente deve ser revitalizada para percorrer e desbravar os caminhos de ferro de Teresina a Luís Correia, por meio da “velha Maria Fumaça” ou outros modelos mais modernos. Esta política pública de transporte turístico se proporia a criar o diferencial entre os estados vizinhos do Maranhão e do Ceará. Outro aspecto relevante refere-se aos impactos ambientais negativos, advindos pelos carros nas dunas do Morro Branco da Ilha Grande, na Lagoa do Portinho e em toda a orla de Luís Correia, sendo necessário desenvolver ações efetivas de ordenamento do espaço turístico.

Respeitar as culturas locais e prover benefícios e oportunidades para as comunidades da região é outro quesito importante, que lhes assegure o direito de manter e controlar a sua herança cultural e assegurar que o turismo não tenha efeito negativo sobre elas. O conhecimento e a experiência dos residentes em manejo sustentável dos recursos podem trazer uma grande contribuição para o turismo responsável, buscando maximizar os benefícios e promover o recrutamento, treinamento e emprego de pessoas do lugar. Nesse sentido, as políticas públicas devem valorizar as atividades sustentáveis dos residentes, como a produção da bebida típica do Piauí: a cajuína, bem como no manejo, na comercialização e na divulgação do artesanato local.

Embora exista no litoral piauiense potencial para o ecoturismo, atualmente a sua prática traz consigo uma série de impactos negativos, decorrentes da falta de ordenamento em seu desenvolvimento, de infraestrutura, equipamentos e serviços turísticos adequados. Aliados à fragilidade dos ambientes naturais que compõem a região do Delta do Parnaíba, convém adotar medidas para que o turismo na região possa se desenvolver de forma sustentável, gerando mais renda e oportunidades de emprego à população local, sem comprometer o meio ambiente.

Nesse aspecto, merecem destaque as propostas voltadas para a continuidade das obras de infraestrutura básica nos quatro municípios que compõem o litoral; a operacionalização do Aeroporto de Parnaíba;

a elaboração e a implantação dos Planos Diretores de cada município; o desenvolvimento e a implantação de projetos de paisagismo adequados à cultura e à paisagem local nos atrativos voltados para o segmento de ecoturismo; a qualificação de meios de hospedagem e de alimentação e a capacitação de mão de obra, tendo em vista os segmentos alvo.

A Praia de Barra Grande é um ambiente de grande biodiversidade, pois é utilizada como habitat de um grupo familiar de peixes-boi, área de desova de tartarugas marinhas e de descanso e alimentação de espécies de aves migratórias; por esta razão, deve ser priorizada como área de preservação permanente, com atividade turística estritamente controlada. Finalmente, nas praias de Barra Grande e Pedra do Sal, deve ser desenvolvido o turismo de base comunitária, com infraestrutura receptiva de base familiar, envolvendo o modo de vida e o modo de produção da comunidade local.

Para finalizar

Percebe-se que as dificuldades socioeconômicas do Piauí são responsáveis pelo atraso do desenvolvimento das políticas de turismo, manifestadas nas altas taxas de desemprego e subemprego, bem como altos índices de analfabetismo e pobreza, que gera aumento da criminalidade e da marginalidade.

As políticas públicas poderiam potencializar o desenvolvimento econômico e social local, melhorar a qualidade de vida dos residentes e oferecer condições para a promoção do turismo. No entanto, no Piauí isto não ocorre. Basta verificar o posicionamento mercadológico turístico do litoral piauiense e a sua composição com destinos complementares como os Lençóis Maranhenses e Jericoacoara no Ceará, que estão sendo vendidos no cenário nacional e internacional de forma diferenciada, de modo que se faz necessário o aumento da integração no roteiro Rota das Emoções, e, por fim, a valorização das instituições envolvidas com o turismo na região.

O avanço da ocupação turística que ocorre no litoral do Piauí não valoriza o sentimento de pertença dos residentes, as políticas são implementadas nos gabinetes e os governantes não dialogam com os moradores. Infelizmente, o turismo do litoral não tem proporcionado

alocação de infraestrutura, favorecendo o desenvolvimento econômico dos municípios.

A situação no litoral acaba por reverberar em todo o estado. Daquela região, cuja vocação turística ainda não consegue se traduzir num aquecimento dinâmico e sustentável da economia local, emanam-se preocupações quanto ao que se analisa em relação ao turismo no Piauí como um todo. As políticas de regionalização e de definição de núcleos indutores revelam-se enquanto excelentes termômetros e diagnóstico pouco avançam quando se buscam ações concretas – permaneceria o Piauí ainda ofuscado por seus vizinhos nordestinos mais afluentes, política e economicamente considerando?

Cabe ao Estado desenvolver políticas públicas para um turismo sustentável, a partir das comunidades locais, respeitando suas potencialidades e interesses, dotando estas regiões de infraestrutura básica com enfoque na qualidade de vida de seus habitantes e a satisfação dos turistas. Isso é fácil de ser dito, mas difícil de ser implementado. Parcerias público-privadas são caminhos. Outro caminho pode ser buscado a partir da compreensão dos processos. Um dos grandes diferenciais é a posição geográfica – o Meio-Norte brasileiro que, não sem razão, possui também uma identidade única: entre a Amazônia e a Serra da Ibiapaba, entre o delta e as cabeceiras do Parnaíba e a Serra das Confusões, reside um povo único, orgulhoso, trabalhador, afeito as coisas da terra e que conhece, mais do que ninguém, as paisagens e as implicações turísticas que delas resultam.

Bibliografia Consultada

ADRIÃO NETO, J. **Geografia e história do Piauí para estudantes:** da pré-história à atualidade. Gerações 70. Teresina, 2010.

BARROS, Joana. **Vidas a descobrir:** mulheres cientistas do mundo lusófono - Associação viver a ciência – VAC. Lisboa-Portugal, 2009.

COSTA, H. A. **Mosaico da sustentabilidade em destinos turísticos:** cooperação e conflito de micro e pequenas empresas no roteiro integrado Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses. 2009. (Tese de Doutorado). Centro de Desenvolvimento Sustentável.

Universidade de Brasília, Brasília, 2009, 296p.

DIAS, R. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

GANDARA, Gercinair Silvério. **Rio Parnaíba... Cidades-Beira (1850-1950)** Teresina: EDUFPI, 2010.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Brasil: IBGE, 2010.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Situação social nos estados - Piauí**. Brasília: IPEA, 2010.

LUSTOSA, A. H. M. **Práticas produtivas e (in)sustentabilidade: os catadores de caranguejo do Delta do Parnaíba**. 2005. (Dissertação). Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente. Universidade Federal do Piauí. Teresina: UFPI, 2005.

MAVIGNIER, Diderot. **No Piauí na terra dos Tremembés**. Parnaíba: 2005.

MMA. Ministério do Meio Ambiente. **Zoneamento ecológico econômico do Baixo-Parnaíba**. Brasília, 2000.

MTUR, Ministério do Turismo **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional - Relatório Brasil / Luiz Gustavo Medeiros Barbosa (Organizador)**. - 2ª ed. revisada - Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

NUNES, Odilon. **Pesquisas para a história do Piauí**. v. 1, 2, 3. São Paulo: Artenova, 1974.

SEBRAE -. **Rota das emoções jeri-delta-lençóis e sua competitividade no mercado de 2009 a 2011**. Relatório Técnico -Sebrae-PI, 2011.

SEMAR, Secretaria do Meio Ambiente e Recursos Hídricos do Piauí. **Mapa dos polos turísticos do Piauí**. Disponível em: <<http://www.semar.pi.gov.br/artigos.php>>. Acesso em: 16 de março de 2012.

PLANEJAMENTO TURÍSTICO PARA DESENVOLVIMENTO DE PEQUENAS CIDADES DO RIO GRANDE DO NORTE

Marcelo da Silva Taveira¹³

Introdução

O Ministério de Turismo, criado em 2003, ao longo dos últimos anos incentiva o fomento de ações voltadas para o planejamento e a organização do espaço turístico nacional, apoiando iniciativas em âmbito regional e local. Desse modo, o Macroprograma de Regionalização do Turismo é fruto da política pública nacional, que tem missão de qualificar o turismo, principalmente no que diz respeito ao planejamento territorial integrado e articulado. Entender o turismo no contexto regional é fundamental para o aprimoramento das políticas públicas, para o fortalecimento das economias locais e para a melhoria da qualidade de vida das comunidades receptoras de fluxos turísticos. No contexto contemporâneo, o planejamento turístico é um importante instrumento de organização, controle, gestão e desenvolvimento sustentável para os municípios com potencial ou com a atividade turística consolidada.

No Rio Grande do Norte, todavia, são poucos os municípios que possuem o Plano Municipal de Turismo (PMT) ou o Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo (PMDT), como apontam autores das áreas de geografia, turismo, administração, economia e outras correlatas. Ruschmann (2005, p. 100) afirma que “o planejamento turístico, integra diversos fatores ao desenvolvimento, surge como consequência e reação aos planos excessivamente voltados para aspectos econômicos, físicos além do físico”. Assim, o reconhecimento da amplitude do fenômeno - turismo, e a abrangência das ações, o caráter interdisciplinar e convergente da atividade, torna imprescindível o planejamento integrado nos núcleos receptores. Com objetivo da promoção do desenvolvimento nos aspectos físicos, econômicos, sociais,

¹³ Dr. em Ciências Sociais (2014) pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Professor Efetivo do Curso de Turismo da UFRN/Campus Currais Novos.

culturais, técnicos e ambientais, para satisfação de turistas, empresários. Planejamento inserido em políticas estaduais, empreendida por governos, integrando políticas públicas e privadas.

O planejamento turístico passa a ser um meio para a organização e o desenvolvimento da atividade turística, especialmente na perspectiva do desenvolvimento local, como acontece no *case* empírico dessa pesquisa o município de Currais Novos/RN, que integra a instância de governança turística denominada “Polo de Turismo Seridó” (um dos cinco polos de Turismo do Rio Grande do Norte). Enfoca-se o emprego do planejamento turístico em pequenas e médias cidades que compõem o maior número de municípios brasileiros segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Para o Instituto, as cidades com até 20.000 habitantes são classificadas pequenas e as que possuem entre 100.000 e 500.000 habitantes, de porte médio. No entanto, autores - geógrafos e sociólogos que discutem a questão urbana no Brasil e no Mundo - discordam desse critério exclusivista de classificar as cidades brasileiras pelo número de habitantes ou tamanho territorial, e elegem outros fatores para a hierarquização das cidades, como: diferenciações e desigualdades regionais, estilo de vida, perfil socioeconômico e político das cidades, configuração da rede urbana, disponibilidades tecnológicas e inovações. Considera cidade de porte médio devido à pluralidade e à complexidade da rede urbana - diferentemente da maioria das cidades do Rio Grande do Norte, classificadas como pequenas, tanto para o IBGE como para os autores que discutem a questão urbana no Brasil -, Currais Novos foi contemplada com a elaboração do plano municipal de desenvolvimento do Turismo para orientar as ações e decisões voltadas para o crescimento sustentável do turismo no município. As ações serão implementadas de 2014 e 2020, sendo, portanto, um plano de médio prazo.

O município de Currais Novos localiza-se na Microrregião Seridó Oriental e Mesorregião Potiguar Central, a 180 km da capital do Rio Grande do Norte, Natal. Possui dinâmica urbana e diversidade rural, tendo como principal fonte de riquezas: a atividade de mineração, os serviços e o turismo. Os atrativos turísticos são: Pico do Totoró; *Canyons* dos Apertados; Parque Temático “Mina Brejuí”; Casarões históricos e outros de natureza histórico-cultural e natural. A atividade turística se

desenvolve ao longo do ano no município, com fluxo expressivo de visitantes ampliado nos eventos regionais: *Cactus Moto Fest*, Vaquejada, Carnaxelita, Forrónovos, Festa de Sant'Ana.

A cidade está equipada com meios de hospedagem, oferece mais de 500 leitos, além da gastronomia peculiar presente em diversos locais de alimentação sejam restaurantes, churrascarias, bares ou lanchonetes.

O Plano de Desenvolvimento do Turismo, coordenado e realizado por especialistas de turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte além de ser instrumento de gestão, é um poderoso aliado da organização adequada e do desenvolvimento responsável do turismo, tendo em vista que se articula com os demais setores da economia e da sociedade potiguar, apresentando um conjunto de diretrizes, ações, projetos e programas para o crescimento ordenado e qualificação dos produtos e serviços turísticos regionais. Diz Beni (2007, p. 62), o turismo produz efeitos que colaboram para o desenvolvimento dos destinos receptores. O autor reforça a tese de que

Os efeitos positivos do desenvolvimento do turismo dependem da incorporação do território socialmente organizado, da capacidade das populações locais agirem com criatividade a partir da produção do conhecimento, e das inovações geradas pelo tecido produtivo.

Sendo assim, para se conquistar o nível de desenvolvimento desejado e enfatizado por Beni (2007), fez-se necessária à elaboração do plano de Currais Novos, para melhor direcionar as políticas de turismo locais em consonância com as diretrizes mundiais e nacionais para o desenvolvimento planejado da atividade, uma vez que o município não possuía política de turismo definida, que orientasse as ações para o fortalecimento da atividade, assim como para inclusão social, integração da cadeia produtiva regional, valorização da cultura, divulgação dos atrativos turísticos, qualificação do capital humano, distribuição justa das riquezas e receitas da atividade.

Assim foi elaborado o Plano de Desenvolvimento do Turismo de Currais Novos (2014-2020). Para tal, foram adotadas metodologias

adequadas à realização de planos de turismo em nível regional, obedecendo-se às seguintes etapas metodológicas:

- Seleção de equipe técnica de trabalho de campo (estudantes de Turismo da UFRN);
- Realização de oficinas de capacitação junto à equipe de discentes e professores sobre a metodologia e as etapas da pesquisa do PDT;
- Atualização do Inventário Turístico do município, conforme as diretrizes do Ministério do Turismo (MTur);
- Elaboração do Diagnóstico Turístico, contemplando as análises da oferta e demanda, da comunidade local e da concorrência turística com apresentação dos resultados da análise SWOT (*Strengths* – pontos fortes; *Weaknesses* – pontos fracos; *Opportunities* – oportunidades; *Threats* – riscos);
- Construção de instrumentos de coleta de dados (formulários e questionários) de acordo com as orientações do MTur; - Desenvolvimento do Plano de *Marketing* Turístico do município;
- Realização de reuniões com os sujeitos locais (gestores públicos, empresários e comunidade residente), para Elaboração do Prognóstico Turístico com tendências, projeções e cenários futuros da atividade turística para o município;
- Apresentação de diretrizes de ação, objetivos, metas, programas e projetos para o desenvolvimento do turismo de forma integrada e sustentável no município;
- Elaboração do Relatório Final do PMDT, com apresentação pública para a comunidade acadêmica da UFRN e a sociedade em geral.

O Plano Municipal de Desenvolvimento de Currais Novos é esforço coletivo na busca do fomento de um planejamento integrado, participativo e condizente com a realidade local da região. Espera-se

que, a partir da execução do plano, as políticas setoriais se consolidem e que o turismo tome um novo rumo, possibilitando desenvolvimento sustentável, melhoria da qualidade de vida da população e competitividade turística em âmbito regional.

Planejamento turístico, poder público e desenvolvimento local

O planejamento que se desenvolve no presente, tem base no passado e foco operacional e estratégico como proposição para o futuro. Para que seja feito de forma adequada e racional, faz-se necessária a utilização de dados e informações do passado, ou seja, de diagnósticos, estudos técnicos e pesquisas conhecidas, a fim de que se viabilize com propriedade e chances concretas de êxito. A projeção do futuro desejado foi realizada por uma equipe de planejadores, composta de integrantes do poder público nas diversas esferas da governança. Quando se planeja no âmbito do turismo, o intuito é minimizar os efeitos negativos e potencializar os positivos, provocados pelo desenvolvimento da atividade nos destinos turísticos.

O poder público tem função de administrar, estimular e fomentar o desenvolvimento de municípios, regiões, estados ou do país. A Administração Pública dividida em três instâncias distintas: Executivo; Legislativo e Judiciário. Embora cada uma das instâncias tenha papel distinto no processo de desenvolvimento da atividade turística, há envolvimento conduzido de forma integrada, para que as ações sejam efetivadas e garantam o cumprimento do planejamento, em especial o turístico. Contudo, o Poder Executivo tem papel de destaque, por ser o responsável direto pela gestão e melhoria dos serviços de infraestrutura básica e de apoio ao turismo. De modo geral, pode-se afirmar que o poder executivo municipal tem a função de planejar e executar as ações públicas com rebatimentos no turismo municipal. O planejamento é executado a partir de política adotada pelo Poder Executivo e é entendido como:

Conjunto de regulamentações, regras, diretrizes, diretivas, objetivos e estratégias de desenvolvimento e promoção que fornece estrutura na qual são tomadas as decisões coletivas e individuais que afetam diretamente o

desenvolvimento turístico e as atividades diárias de um destino (GOELDNER; RITCHIE; MCINTOSH, 2002, p. 41).

O município de Currais Novos dispõe de oito secretarias municipais, que compõem a Administração Direta, dentre as quais, a de Desenvolvimento Econômico e de Turismo, além de três autarquias que compõem a Administração Indireta. Esses organismos são responsáveis pela execução das leis municipais aprovadas pela Câmara Municipal. Uma das metas do planejamento turístico é garantir em curto, médio e longo prazos o desenvolvimento dos lugares objetos do *locus* do planejamento, possibilitando a participação cidadã e a busca da melhoria da qualidade de vida das populações residentes dos destinos turísticos. Sobre desenvolvimento, Pereira (1980, p. 21-22) o conceitua como:

Um processo de transformação econômica, política e social, por meio do qual o crescimento do padrão de vida da população tende a tornar-se automático e autônomo. Trata-se de um processo social global, em que as estruturas econômicas políticas e sociais de um país sofrem contínuas e profundas transformações. O desenvolvimento, portanto, é um processo de transformação global.

Para o autor, o desenvolvimento só se materializa quando há melhoria no padrão de vida da população em geral. Vários outros autores dos mais diversos campos do conhecimento, bem como do turismo, entendem que o desenvolvimento só poderá vir a ser pensado de forma sustentada se calcado nas premissas do respeito ao lugar, da inclusão dos excluídos, do desenvolvimento com base local e, sobretudo, em escala humana, com melhoria das populações endógenas. Planejar o desenvolvimento com prerrogativas sociais é um processo que implica mudança de mentalidade, de câmbio social e institucional e de troca de eixo na busca do desenvolvimento, daí por que o planejamento se orienta para o desenvolvimento de médias, pequenas e microempresas, tendo em vista a socialização das oportunidades e a promoção do

desenvolvimento na escala humana (CORIOLANO, 2003). A construção social da atividade sustentada do turismo é caracterizada pelo despertar do envolvimento da sociedade, de forma democrática e participativa, revalorização da cultura local e diversidade dos indivíduos alicerçados em princípios éticos, comunitários e de bem-estar social. O desenvolvimento local endógeno se produz quando há utilização produtiva do potencial de desenvolvimento, que é facilitado quando as instituições e os mecanismos de regulação do território funcionam eficientemente. O desenvolvimento é concebível, portanto, no seio de uma cultura que busque mudança ou que esteja conscientemente aberta a essa possibilidade. É um processo de aprimoramento das condições gerais do viver em sociedade, em nome de maior nível de felicidade individual e coletiva. O princípio fundamental sobre o qual se assenta o processo é a autonomia individual e coletiva, sendo a autonomia um princípio ético e político. Embora o princípio não defina o conceito de desenvolvimento propicia a base de respeito ao direito da coletividade se estabelecer, segundo as particularidades de cada cultura, conteúdo concreto do desenvolvimento: prioridades, meios, estratégias (SOUZA, 1996). Afirma Coriolano (2002, p. 136) que o desenvolvimento local:

Toma feição inicialmente na Europa, surge em vários países passando a ser visto como uma das estratégias adequadas para se sair da crise global, sobretudo com a valorização de um novo modelo de desenvolvimento: o desenvolvimento local a partir da pequena escala territorial realizado em escala humana, atendendo às demandas sociais.

O desenvolvimento local é fortalecido por meio da confiança e da credibilidade em relação à organização social, à integração e participação comunitária e à diminuição da dependência da produção de capital e financeira de agentes exógenos. Daí o Comitê Econômico Social das Comunidades Europeias, em 1995, compreender o processo de desenvolvimento local como:

O processo reativador da economia e dinamizador da sociedade local, mediante o aproveitamento eficiente dos recursos endógenos existentes em

uma determinada zona, capaz de estimular e diversificar seu crescimento econômico, criar empregos e melhorar a qualidade de vida da comunidade local, sendo o resultado de um compromisso que compreende o espaço como lugar de solidariedade ativa, o que implica mudanças de atitudes e comportamentos de grupos e de indivíduos. (CORIOLANO, 2002, p. 136).

Assim sendo, o planejamento da cidade de Currais Novos tem a missão, de promover o desenvolvimento local com base nas premissas, nos cenários futuros (prognóstico turístico), nos programas e projetos pensados e estruturados para serem executados de forma gradual e participativa no município, conforme orientações do PMDT, por meio do Poder Público local e dos demais parceiros da iniciativa privada e da sociedade civil organizada.

Currais Novos/RN: *locus* da pesquisa

O município de Currais Novos se situa a 180 km de Natal, capital do Rio Grande do Norte e está localizado na Mesorregião Central Potiguar, precisamente no sertão do Seridó Oriental (Figura 1). Terra de rios temporários, solo propício ao plantio e subsolo rico em minerais, clima quente, amenizado na época de inverno (SOUZA, 2008). O município dista, aproximadamente, 172 km em relação à capital do Estado do Rio Grande do Norte, Natal. Com população de 42.652 habitantes (IBGE, 2010), é o segundo município mais populoso da Região do Seridó.

O lugar possui área territorial de 864,349 km², equivalente a 1,67% da superfície estadual e altitude em relação à sede de 341 metros. Faz limites com Lagoa Nova, Cerro Corá, Acari, Estado da Paraíba, Campo Redondo, São Tomé, São Vicente e Acari (IDEMA, 2013). Tem história atrelada aos ciclos econômicos, que foram: criação de gado, cultivo do algodão e, por último, extração de minério. A ocupação deu-se em virtude da criação do gado por volta do ano de 1755, com a aquisição de sesmarias pelo Coronel Cipriano Lopes Galvão, natural de Igarassu - PE. Este fixou moradia no então povoado

Totoró, distante da cidade 12 km, onde construiu currais para criação do gado (SOUZA, 2008; QUINTINO FILHO, 2009).

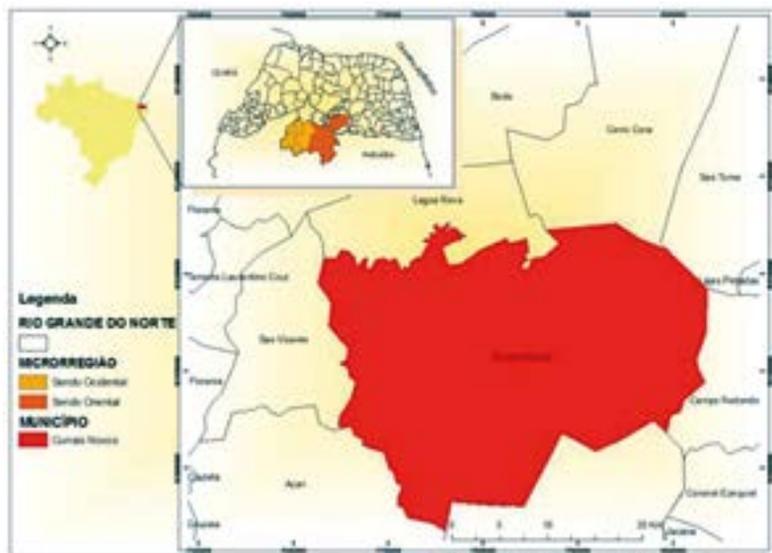


Figura 1: Localização do município de Currais Novos/RN.

Fonte: Limites extraídos do IBGE (2009). Adaptado por Oliveira e Cestaro (REVISTA GEONORTE, 2012).

A falta de água na região levou o coronel a pedir bênçãos aos céus, por intermédio de Sant'Ana, para que ali voltasse a chover, a fim de que pudesse continuar criando o gado. Com a morte do coronel, em obediência à vontade paterna, o Capitão Mor Galvão construiu uma capela no ano de 1808, cuja padroeira foi Sant'Ana - capela esta que deu origem à Matriz de Sant'Ana de Currais Novos (SOUZA, 2008). A seca fez o coronel transferir o gado e os bens para outra fazenda nas imediações do Rio São Bento, onde foi descoberto um poço que mais tarde se chamaria "Poço de Sant'Ana". A fazenda recebeu o nome de Bela Vista, servia para troca e venda de gado e ali foram construídos três novos currais de pau-a-pique, considerados modernos para época. Tal fato serviu para dar origem ao nome da cidade: Currais Novos (ALVES, 1985; SOUZA, 2008).

Posterior ao ciclo do gado ocorre à cultura do algodão, conhecida como “fase do ouro branco”. Cultivadas duas espécies de algodão: o “ouro branco”, conhecido como *herbáceo* e o “mocó”, de característica arbórea e de fibra longa, comparado ao algodão africano e egípcio. Aceito nacional e internacionalmente, a espécie terminou por ser conhecida como “seridó” ou “mocó”. As sementes do algodão foram introduzidas inicialmente em Acari, no ano de 1861, por Alexandre Garcia do Amaral (SOUZA, 2008). De acordo com Souza (2008), foram as cidades de Currais Novos e Cruzeta que sediaram os festejos do Congresso Nacional do Algodão no ano de 1954, no Palácio “Raul Macedo”, salão nobre da Prefeitura Municipal de Currais Novos. Na Praça Cristo Rei, ficava a parte social, com representações das técnicas aplicadas no campo para plantio e colheita do algodão. Paralelamente à cultura do algodão, inicia-se a mineração no ano de 1943, quando um morador do desembargador Tomaz Salustino Gomes de Melo encontrou no Riacho Brejuí uma pedra que se diferenciava das demais. A partir daí, começou a garimpagem e a Mina Brejuí tornou-se a maior mina de *scheelita* da América do Sul, exportando o minério para os Estados Unidos, Inglaterra, Holanda e Suécia, até os anos de 1980, quando teve entrada em declínio, em virtude da oscilação de preços e novas matérias-primas surgidas para a construção de artefatos tecnológicos e industriais.

Esse fato comprometeu a produção, quando a Mina Brejuí foi fechada em 1997, ficando apenas com a garimpagem e o aluguel de máquinas. Atualmente (2014), a mina foi ativada e continua o processo de exploração.

Na época da descoberta do minério, foi construída, nas imediações da mina, a vila operária, com escola, clube de danças, atividades folclóricas e a capela de Santa Tereza D’Ávila, quando a cidade de Currais Novos começa a ganhar melhorias na estrutura física. De acordo com Dantas (2004), a cidade foi palco de vários melhoramentos urbanísticos, provenientes do poder vigente e do desejo da elite política da época, com plano urbanístico que visava implementar arquitetura moderna. Destaca-se que o Tungstênio Hotel (Figura 3), que se diferenciava do estilo local assemelhando-se à arquitetura do sul do País, inaugurado em 1954 é considerado pérola da arquitetura potiguar

remetendo ao ciclo da mineração.

Currais Novos tem economia atrelada à extração de minério, comércio e serviço público. Souza (2008) diz que a transação comercial da cidade se dá com Campina Grande, Natal e Recife, além das cidades circunvizinhas.



Figura 2: Hotel Tungstênio

Fonte: Acervo da pesquisa, 2014.

O hotel é um marco econômico, histórico, social e turístico da cidade de Currais Novos, motivou mesmo os fluxos de visitantes ao município durante o período da alta exploração mineral na região.

A agricultura, pecuária e mineração em larga escala não são mais realizadas como outrora, há outra realidade em Currais Novos. Tais atividades tradicionais, embora estejam presentes no município, não continuam a apresentar a importância econômica de décadas passadas, exceto a mineração, que ainda movimenta empresas especializadas, como a Mineração “Tomaz Salustino S.A” - empresa que detém a exploração

no âmbito da Mina Brejuí, responsável por uma das maiores produções de *scheelita* da América do Sul e conhecida internacionalmente no segmento de mineração. Depois de muitas crises de ordem financeira e comercial, a mineração se requalifica e continua em operação no município, gerando centenas de postos de trabalho e renda, fazendo, conseqüentemente, circular capital na cidade.

Currais Novos dispõe de rede de prestação de serviços especializada no comércio e na atividade turística, configurando-se cidade que se estrutura com base na economia dos serviços, comércio e turismo. Os setores ligados diretamente ao comércio são mais desenvolvidos e organizados, com atendimento a população residente e cidades do entorno, ou seja, da região do Seridó Potiguar.

O turismo como atividade econômica

O turismo é atividade alternativa de desenvolvimento econômico, e está alicerçado pelas atividades de hospedagem e alimentação, bem como com a promoção de eventos regionais de médio e grande portes. Embora incipiente, necessitando de investimentos no campo da formação profissional, de organização da oferta turística, da promoção e *marketing*, voltados para a atividade. Desde os anos 2000, instituições públicas de ensino, em especial UFRN e IFRN contribuem para a qualificação de pessoas para atuação na gestão e operação da atividade turística no município e demais cidades do Rio Grande do Norte. A atividade Currais Novos, embora não seja a principal fonte de receita, de geração de empregos e de desenvolvimento socioeconômico, projeta-se como importante atividade sociocultural e econômica para os próximos anos, uma vez que os investimentos de ordem pública e privada são realidade no âmbito municipal.

A sociedade currais-novense vive prioritariamente da oferta de serviços públicos, do comércio local e do turismo embora incipiente, além de atividades ligadas à agricultura, pecuária e mineração, pois estão presentes no cotidiano do município, gerando emprego e riquezas. A cultura do nativo é algo marcante na região, pois se trata de um povo que preserva a cultura sertaneja, possui gastronomia típica, artes plásticas, literatura, música e, especialmente, trato social com visitantes, sendo a

hospitalidade o diferencial do povo de Currais Novos.

O levantamento da oferta turística do lugar é o primeiro passo para o planejamento e organização do espaço turístico. Nesta perspectiva, o Ministério do Turismo, oferece metodologia própria, incentiva a inventariação da oferta turística dos municípios e regiões brasileiras que possuem potenciais e/ou que desenvolvem a atividade turística. O inventário turístico é o levantamento detalhado, identificação e o registro dos atrativos turísticos, serviços, equipamentos turísticos e infraestrutura básica e de apoio ao Turismo, como instrumento base de informações para fins de planejamento e gestão da atividade turística. Inventariar significa registrar, relacionar, contar e conhecer aquilo de que se dispõe e, a partir disso, gerar informações para pensar de que maneira se pode atingir determinada meta (BRASIL, 2014). Conhecer o potencial turístico com propriedade e saber lidar com as informações sobre a oferta turística de um destino de viagem é pensar a atividade turística como política de desenvolvimento socioeconômico e, a partir do inventário turístico, planejar, organizar e fomentar o Turismo com credibilidade e profissionalismo.

Políticas de Turismo são indispensáveis para desenvolver o destino de forma integrada e com foco na sustentabilidade econômica, sociocultural, política e ambiental. Oferta turística para Boullón (2002, p. 44) são:

Serviços fornecidos pelos elementos do empreendimento turístico e por alguns bens não turísticos, que são comercializados mediante um sistema turístico, porque, em última instância, o que qualifica a classe de um bem é o sistema produtivo e não o tipo de consumidor.

A oferta se materializa por meio de rede de produção e comercialização de bens e serviços, possibilita, após ser inventariada a elaboração de estratégias e ações que levam ao desenvolvimento ordenado e planejado da atividade turística em municípios e regiões. A oferta turística do município de Currais Novos foi apresentada nas categorias:

- Equipamentos e Serviços Turísticos - os equipamentos são empresas, empreendimentos públicos e/ou privados utilizados pelos visitantes durante sua estada em determinado destino turístico. Em Currais Novos, os equipamentos turísticos são dos setores de hospedagem e alimentação.
- Atrativos naturais - expressões significativas dos bens existentes em um país, região ou localidade, cujo potencial natural atrai visitantes para conhecer de perto elementos próprios da natureza, como: clima, configuração geográfica, paisagens, fauna e flora, unidades de conservação ambiental, formações rochosas - montanhas, picos, colinas, cânions, grutas, cavernas, morros, dentre outras, dunas, biodiversidade marinha, ambientes com vasta oferta de água - mares, rios, lagoas, lagos, cachoeiras, nascentes, águas termais, vida silvestre e vegetação diversificada.
- Atrativos histórico-culturais - os atrativos turísticos histórico-culturais são compostos por bens históricos, culturais, religiosos, arquitetônicos, ou seja, são representações socioculturais e artísticas presentes nos lugares turísticos e não turísticos. Mostra Andrade (2002, p. 106-107) que se trata “de oferta turística artificial construída pela intervenção do homem para responder variadas necessidades de todas as sociedades, em todos os tempos”. Diferente dos atrativos naturais mostrados nas figuras 4 e 5.
- Eventos Programados - os eventos programados são aqueles que acontecem periodicamente no município e que requerem planejamento sistemático, excelente organização, divulgação, execução, avaliação permanente, tendo em vista a excelência na promoção do evento e o aumento contínuo do número de participantes diretos e indiretos.



Figura 3: Cânions dos Apertados.
Fonte: Proposta do Geoparque
Seridó, 2010.

Figura 4: Cânions dos Apertados
(período de seca)
Fonte: Bezerra, Silva Filho e Araújo,
2013.

O município de Currais Novos preserva a história e a cultura seculares nos bens artificiais representados na arquitetura dos prédios, praças, monumentos históricos, manifestações culturais, riqueza gastronômica, artesanato e nas artes em geral.

A Região do Seridó é conhecida pela realização de eventos, principalmente festas de padroeiros, carnavais e micaretas. Os eventos representam o segmento turístico mais desenvolvido da Região do Seridó, em especial Currais Novos. Essa cidade ao longo dos anos realiza uma série de eventos e programas, alguns já consolidados e outros em processo de afirmação com destaque para as vaquejadas, Festa de Sant'Ana, Festa da Imaculada Conceição, Carnaxelita, Forrónovos, *Cactus Moto Fest*, Copa "Jorge Guimarães" (evento esportivo) e Seridó Sabor & Arte. Na perspectiva do turismo, embora não haja estudos sistemáticos que quantifiquem a média de turistas que os eventos trazem para a cidade, ocorre maior ocupação nos restaurantes e nos meios de hospedagens da cidade no período dos eventos, bem como aumento no fluxo do comércio geral. O fato é que os eventos se configuram como importantes indutores do turismo na cidade de Currais Novos/RN.

Considerações finais

O Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo de Currais Novos (PMDT) é um instrumento político-institucional que implementa programas, projetos e ações viabilizadas pela gestão pública local, no sentido de promover de forma responsável e técnica o desenvolvimento sustentável do turismo. O documento foi fruto de esforço técnico e intelectual coletivo, contou com as *expertises* de docentes da UFRN (*Campi* Currais Novos e Natal) de diversas áreas do conhecimento, da Prefeitura Municipal de Currais Novos e do SEBRAE.

O Plano aborda informações importantes sobre a realidade turística de Currais Novos que servem de base de estudos para o melhor direcionamento das políticas públicas e investimentos direcionados ao fortalecimento e consolidação da atividade turística no município. Documentos fundamentais para a gestão municipal de turismo, como: Inventário Turístico; Diagnóstico Turístico; Pesquisa de Demanda Turística e junto à comunidade residente; construção de programas, projetos e ações para o turismo; elaboração do Prognóstico Turístico gerando cenários futuros; e indicação criteriosa de entidades parceiras e/ou financiadoras dos projetos e ações pensados coletivamente pelos vários atores envolvidos basearam a construção do plano.

A UFRN primando pela excelência científica e comprometida com as demandas sociais cumpriu missão acadêmica no sentido de ter coordenado e colaborado com a elaboração do Plano de Currais Novos, objetivando a aproximação teoria-prática, à formação integral de estudantes e à promoção sociocultural e política dos saberes formal junto à sociedade currais-novense. Almeja-se que a gestão municipal, por meio do órgão oficial de turismo, analise e, principalmente, coloque em prática as diretrizes e orientações presentes no documento, para que se tenha, nos próximos anos (até 2020), um cenário positivo da atividade turística em Currais Novos. Que o turismo seja sustentável, competitivo e comprometido com o desenvolvimento sociocultural e econômico da população residente e o *trade* turístico local possa fortalecer as empresas, bem como preservar o meio ambiente e o patrimônio histórico-cultural do município.

Espera-se que o órgão municipal de turismo de Currais Novos se fortaleça com mais recursos financeiros, capital humano capacitado e estrutura física, para que possa desenvolver de forma adequada e assertiva as ações previstas. Faz-se necessária a formação de equipe de profissionais técnicos no campo do turismo e da hospitalidade que possam se responsabilizar pelo desenvolvimento do plano. É importante aprimorar a imagem do turismo no município junto aos mercados consumidores e consolidar, por meio de estratégias de *marketing*, a marca - a identidade - de Currais Novos, que, de acordo com as pesquisas, está ligada mais especificamente à atividade mineradora, ou à *scheelita* e não ao turismo. Necessitando, portanto de um marketing forte da atividade turística.

Bibliografia Consultada

ALVES, Celestino. **Retoques da História de Currais Novos**. Natal, RN: Fundação José Augusto, 1985.

AMBIENTE DO RIO GRANDE DO NORTE – IDEMA.

Disponível em: < http://www.idema.rn.gov.br/contentproducao/aplicacao/idema/socio_economicos/arquivos/Perfil%202008/Currais%20Novos.pdf>. Acesso em: 16 Jul. 2013.

ANDRADE, José Vicente. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. – 8 d. – São Paulo: Ática, 2002.

BARRETTO, M. **Planejamento responsável do turismo**. Campinas: Papirus, 2009.

BENI, Mário Carlos. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2007.

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

BRASIL. **Cardápio de Oportunidades para o Profissional do Turismo**. Cadastur, Ministério de Turismo, 2011.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estratégia de Gestão do Inventário da Oferta Turística**. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. **Projeto Inventário da Oferta Turística**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

CÂMARA MUNICIPAL DE CURRAIS NOVOS. Rio Grande do Norte/Brasil, 2013. Disponível em: <<http://camaradecurraisnovos.com.br/a-camara>> Acesso em: 16 dez. 2013.

CORIOLOANO, Luiza Neide M. T. **O turismo de inclusão e o desenvolvimento local**. Fortaleza: FUCENE, 2003.

CORIOLOANO, Luiza Neide M. T. **Do Local ao Global** – o turismo litorâneo cearense. 3 ed. – Campinas: Papirus, 2002.

CURRAIS NOVOS. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 16 de Julho de 2013.

DADO POPULACIONAL. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?codmun=240310>> Acesso em 16 de dezembro de 2013.

DANTAS, Kleyne Rondelly de Souza. Tungstênio Hotel. In: GALVÃO, Edneide Maria Pinheiro et al. **Currais Novos: das inscrições rupestres do Totoró às galerias da Mina Brejuí**. Natal: SEBRAE/RN, 2004.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

INFRAESTRUTURA. Disponível em: <http://www.curraisnovos.rn.gov.br/portal1/infra/mu_infra.asp?iIdMun=100124035> Acesso em 16 de dezembro de 2013.

GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, Robert Woodrou. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. – 8 ed. – Porto Alegre> Bookman, 2002.

MOLINA, S. RODRIGUÉZ, S. **Planejamento integral do Turismo: um enfoque para a América Latina**. São Paulo: Bauru, 2001.

NÓBREGA, Wilker Ricardo de Mendonça. **Turismo: Planejamento e políticas públicas na Amazônia**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

OLIVEIRA, Antônio Vilaneide Lopes da Costa de e; CESTARO, Luiz Antonio. **Caracterização do meio físico para subsidiar um**

zoneamento geoambiental do município de Currais Novos/RN – Brasil. REVISTA GEONORTE. Edição Especial. V.3, N.4, p. 1419-1432, 2012.

PANOSSO NETTO, Alexandre.; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi.

Cenários do turismo brasileiro. São Paulo: Aleph, 2009.

PEREIRA, Luiz C. Bresser. **Desenvolvimento e crise no Brasil.** 9 ed. – São Paulo: Brasiliense, 1980.

PLANO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE CURRAIS NOVOS/RN 2014-2020. TAVEIRA, M. S.; NASCIMENTO, Marcos Antônio Leite; NÓBREGA, Wilker Ricardo de Mendonça. (Coords.). Currais Novos, RN, 2014.

PLANO NACIONAL DE TURISMO. Uma viagem de inclusão (2007-2010). Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. Turismo Rural. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro.** São Paulo, Editora Roca, 2005.

PROJETO CADASTRO DE FONTES DE ABASTECIMENTO POR ÁGUA SUBTERRÂNEA. Disponível em: <<http://www.cprm.gov.br/rehi/atlas/rgnorte/relatorios/CUNO036.PDF>> Acesso em 16 de dezembro de 2013.

QUINTINO FILHO, Antônio. **História de Currais Novos.** 2ª ed. Recife: UFPE, 2009.

RUSCHMANN, Dóris van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável:** a proteção do meio ambiente. - 12 ed. - Campinas: Papirus, 2005.

SOUZA, Joabel Rodrigues de. **Totoró, berço de Currais Novos –** Natal, RN: EDUFRN – Editora da UFRN, 2008.

SOUZA, Marcelo Lopes de. A teorização sobre o desenvolvimento em uma época de fadiga teórica ou sobre necessidade de uma “teoria aberta” do desenvolvimento sócio espacial. **Território,** Rio de Janeiro: LAGET/UFRJ, n. 1. jul./dez. 1996.

O TURISMO RURAL NO NORDESTE DO BRASIL

Luzia Neide Coriolano¹⁴

Introdução

O turismo rural, no Nordeste do Brasil, é uma alternativa para redimensionar o crescimento no campo, de forma sustentável, para garantir a continuidade dos rendimentos e dos negócios em espaços que tem a atividade predominantemente agrícola. A região Nordeste é polo de receptor de turistas, embora estatísticas façam referências à pobreza e aos contrastes sociais. Os governos com políticas públicas investem em infraestruturas urbanas na região para atrair investidores em especial os do turismo. Intensificam marketings aproveitando simbologias dos atrativos naturais e culturais direcionando espaços, em especial urbanos e os litorais com ampliação dos fluxos turísticos, sendo a região, locus consolidado do turismo de sol mar, no Brasil.

O texto analisa o turismo rural comunitário que emerge frente às contradições e conflitos do Nordeste, dominado pela semiaridez do clima e por carências, com negligências com o espaço rural pela opção por um modelo de desenvolvimento urbano-industrial e turístico. O Nordeste possuidor de zona litorânea pródiga para prática do turismo litorâneo, consolidada o segmento. Analisa-se também a relação do espaço urbano com o rural identificando dificuldades de delimitação dos campos pelo avanço da urbanização capitalista no espaço rural, relacionando com o fenômeno turismo, que cresce significativamente em territórios nordestinos.

O Nordeste brasileiro tem as metrópoles e o litoral como vitrine de promoção do segmento da atividade turística de “sol e praia”, opção acolhida pelo *trade* turístico e incentivada pelas políticas governamentais

14 Professora Dr^a da Pós Graduação em Geografia– PROPGEO/UECE. Coordenadora Adjunta do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos – MPTUR/UECE. Coordenadora do Laboratório de Estudos do Território e Turismo – NETTUR/UECE. Líder do grupo de pesquisa do CNPq Turismo, território e cultura. Pesquisadora do CNPq.

que alocam, nas últimas décadas, ações urbanísticas na faixa costeira. A qualificação urbana cria espaços de acomodação da atividade turística supre gradativamente as cidades costeiras de infraestrutura urbana, enquanto persiste, no espaço rural, carência de estrutura e suporte para a permanência das famílias no campo e práticas turísticas tais como: vias de acesso, saneamento, serviços públicos, dentre outros. De forma desigual, mas combinada, a produção de espaços pelo turismo apropria-se de novos territórios, *pari passu* ao abandono ou reserva de outros para futura incorporação. O espaço rural nordestino, embora tardiamente, passa por intensas mudanças, assim como mudam as relações sociais de produção decorrentes do avanço do capitalismo, efetivando a denominada modernização conservadora no campo.

As atividades agropecuárias enfrentam problemas com a desagregação das formas tradicionais de articulação da produção e desvalorização gradativa em relação às demais atividades, pois o modelo de desenvolvimento urbano-industrial desprestigia atividades antigas e força a busca de novas fontes de renda e dinamizações econômicas, em espaços rurais. O novo rural incorpora a prestação de serviços às tradicionais práticas agrícolas fazendo emergir o turismo rural, agroturismo, ecoturismo dentre outros segmentos oferecidos como atrativo na ocorrência do turismo rural e do turismo no espaço rural. No primeiro o dono da fazenda, agricultores e sertanejos são os anfitriões e no segundo se reproduz o estilo urbano consumista no rural. Segundo Zimmermann, (1996) na atividade produtiva rural, o próprio acesso, a hospedagem diferenciada, a paisagem do campo, a gastronomia, cultura, clima, lazer, informações e compras diferenciadas identificam o turismo rural.

Agricultores e familiares aos poucos ampliam as atividades e deixam de produzir apenas matérias-primas, passam a desenvolver atividades não agrícolas, para garantir permanências no campo, e não ser forçado a migrar para a cidade grande, como ocorreu com muitos, no período de intensa industrialização na região Sudeste do País. Essas mudanças na produção rural abrem espaço para promoção de atividades urbanas e de serviços, como o turismo, atividade recente no meio rural brasileiro, e que insurge também em comunidades de agricultura familiar e em assentamentos do Movimento dos Sem Terras – MST, em

favelas e em pleno sertão semiárido. Nesses lugares, o turismo emerge como nova atividade ampliando possibilidades de diversificação de economias tradicionais. A pluriatividade aliada à agricultura familiar tem dado significativos resultados e revela a expansão de atividades não agrícolas no espaço rural, a exemplo do turismo.

Acerca da agricultura familiar, Schneider (2003) explica que a expressão surge no Brasil, em 1990 e destaca que, para a adoção da expressão, houve a contribuição de fatores associados ao campo político e acadêmico. Inicialmente, a efervescência dos movimentos sociais no campo, liderados pelo sindicalismo rural, associados pela Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura – CONTAG produziram manifestações políticas, pela reivindicação contra “os impactos da abertura comercial, a falta de crédito agrícola e queda dos preços dos principais produtos agrícolas de exportação” (op.cit. p.100). O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF, legitimado pelo governo federal em 1996, tem contribuído para o aumento das discussões sobre o tema reforçando o sindicalismo rural brasileiro e as reivindicações perante o Estado. Mudanças nos debates acadêmicos sobre a ruralidade também tem sido elemento importante na discussão acerca da agricultura familiar. A partir da década de 1990, as pesquisas acadêmicas ampliam as discussões para além da produção agrícola, indo a espaço agrário e estrutura fundiária indo para o rural no sentido amplo.

A recuperação da sociedade civil na construção da governança democrática amplia a participação e Romano (2009) mostra que se antes o objeto do encantamento da imaginação social brasileira era a ação estatal *per se*, nos anos 1990, paulatinamente esse objeto passa a ser representado pela sociedade civil. Daí Schneider (2003) afirmar que esse novo cenário permitiu que estudiosos ampliassem o escopo temático para além das discussões acerca dos impasses e das possibilidades da reforma agrária e dos assentamentos, das questões relacionadas aos impactos do progresso tecnológico ou das migrações. Crescente interesse pela temática ambiental, sustentabilidade, espaço rural, agricultura familiar e conformação dos mercados de trabalho à dinâmica ocupacional dos habitantes rural e turismo rural são notórios.

No início da década de 1990, projetos de assistência técnica e extensão rural incluem turismo como atividade moderna na força de trabalho de agricultores do campo. A partir daí unidades agrícolas familiares implantam propostas de turismo rural, ofertam atividades ligadas a lazer, esporte, cultura, turismo e gastronomia. Comunidades rurais empenhadas em melhorias produzem turismo diferenciando-o dos padrões convencionais, aliam-se às propostas do eixo do turismo alternativo, marcado pelas ações solidárias com desconcentração dos benefícios econômicos e sociais. Turismo de baixo para cima, em contra hegemonia ao turismo convencional, que se vincula aos interesses locais, que se enquadra ao turismo de comunidades ou comunitário, entendido como contraproposta ou alternativa ao turismo convencional de bandeiras internacionais e resorts.

Para alguns o turismo alternativo reproduz o modelo e seria apenas uma nova expressão do consumo, para outros são resistências ao consumo exacerbado e ajuda a minar o modelo turístico hegemônico, industrial, concentrador. Resistindo e complementando o turismo chega ao espaço rural. Agricultores organizam-se em movimentos de resistências ao turismo elitista e consumista, uma forma de turismo que oferece oportunidades de trabalho para comunidades rurais pautado em economias solidárias buscando o desenvolvimento à escala humana.

O Ministério do Turismo do Brasil – MTUR publica Orientações Básicas para o Turismo Rural, em 2010, lança o marco conceitual de turismo rural com diretrizes e estratégias com vistas ao desenvolvimento da atividade no País, para que haja entendimento e apoio governamental ao segmento e venda dos produtos comercializados. As diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural elaboradas em parceria com o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF, de forma participativa e democrática, diz que turismo rural é um conjunto de atividades desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural de comunidades. A oferta turística no meio rural tem como referência a ruralidade realizada em propriedades rurais de grande, médio ou pequeno porte, e em unidades agrícolas consideradas tipicamente familiares.

A grande dimensão do território brasileiro com diversidade de clima nas regiões interfere na produção do espaço rural com modelos de unidades agrícolas produtivas diferentes a exemplo do Sul e Nordeste. No Sul predomina a produção familiar, tradicional, marcada pela presença de imigrantes alemães, poloneses e italianos com rural dinâmico e produtivo. O clima temperado ajuda, motivo pelo qual o turismo rural é próspero naquela região, a exemplo da Acolhida na Colônia, em Santa Catarina. No Nordeste, o clima árido, a falta de solos edáficos e as parcas políticas para o meio rural dificultam o desenvolvimento do espaço agrário e conseqüentemente do turismo rural.

Nordeste brasileiro: uma região turística

A região Nordeste passa por vigoroso crescimento com expansão de setores econômicos, com destaque para o terciário, em especial, o turismo. Embora melhorados sensivelmente os indicadores socioeconômicos da região nas últimas décadas, ainda estão distantes do aceitável, se considerados os parâmetros internacionais de desenvolvimento humano. A vulnerabilidade por questões climáticas da semiaridez, ou pela prevalente desigualdade socioeconômica é marcante e persistem índices sociais abaixo do desejável, no Nordeste e em outras macrorregiões do Brasil. Apesar disso, há diferentes graus de dinamismo, níveis de renda, relações de trabalho e índices de qualidade de vida que tornam o País bastante heterogêneo. Os estados do Nordeste: Ceará, Piauí, Alagoas, Sergipe, Bahia, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco abrangem uma área de aproximadamente 1,56 milhões de Km² ou 18,5% do território brasileiro, com cerca de quatro mil quilômetros de praias tropicais banhadas pelo oceano Atlântico. A Figura 1 mostra a divisão política administrativa do território brasileiro agrupada por macrorregiões.

A região detém cerca de 28% da população brasileira, concentrada majoritariamente nas cidades costeiras. A parte central comportando faixa semiárida integra também parte de Minas Gerais e Espírito Santo na região Sudeste, denominada Polígono das Secas que representa 959.697,6 Km², aproximadamente 88% do território nordestino e 11% do nacional (IBGE, 2001), como mostra a Figura 2.



Figura 1: Divisão político-administrativa do Brasil

Fonte: http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/mapas/brasil_regioes.htm. Acesso em: quatro dez. 2013

O rural na região confunde-se em grande parte com o sertão semiárido onde a penetração do povoamento e a formação de fazendas e currais de gado seguiam sempre as margens dos rios para garantia de fartura e riqueza em época de chuva, das cheias dos rios intermitentes. O rio São Francisco e o rio Jaguaribe são bons exemplos da história da ocupação com expedições entradas e bandeiras. O Rio Jaguaribe banha o Ceará. Nos períodos secos os leitos dos rios favorecem o surgimento de cacimbas que se formam naturalmente ou mesmo sendo escavadas mais profundamente até encontrar os lençóis d'água. O solo é coberto pela caatinga, vegetação espinhosa, retorcida, dura e “violenta” que em períodos secos corta a visão do sertanejo e o agride com aspecto desolador aparentando estar sem vida. Vegetação que se adapta facilmente a rudeza das estiagens, alimentando-se das próprias

reservas, passando a transfigurar-se com as primeiras chuvas. Em pleno sertão seco, de vegetação esgalhada e acinzentada, maltratada pelo calor intenso da semiaridez, apenas uma planta especial resiste as fortes estiagens, o juazeiro que não perde as folhas verdes mesmo nos meses mais castigados pela seca. Nas estiagens fala-se de turismo sertanejo e não de turismo rural.

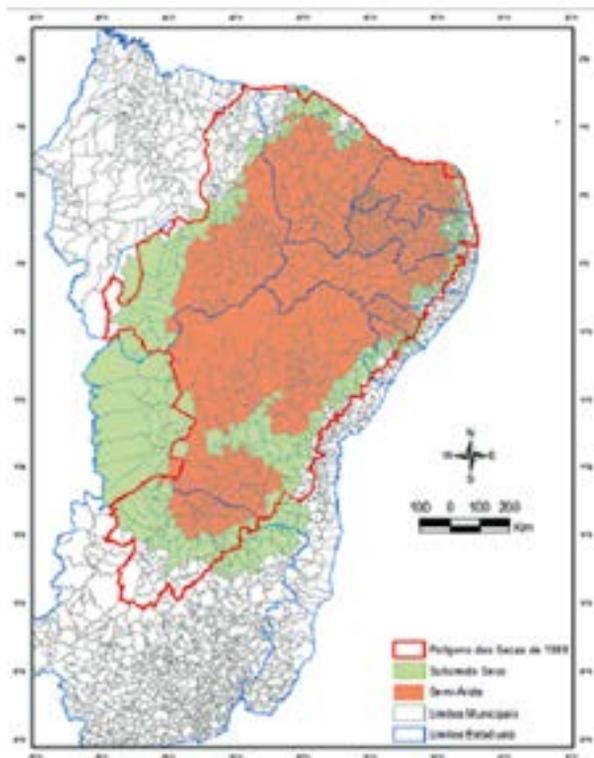


Figura 2: Delimitação do Polígono das Secas

Fonte: Brasil (2005)

O Nordeste acumula, secularmente, elevada dívida social, fruto de questões nacionais e de precárias condições sociais acumuladas ao longo da formação socioespacial, elementos causadores do acirramento das desigualdades. A região fora a principal base de povoamento nos

primeiros séculos de colonização portuguesa, entendida como “expressão da territorialidade absoluta de grupo em que prevaleciam marcas de identidade, exclusividade e limites, sem mediação” (SANTOS, 1997, p.196). O sistema agroexportador pautado em relações de produção escravagista constitui a base da economia, pouco endógena, com boa parte de lucros auferidos pela monocultura açucareira. A escravidão e a escassez de investimentos corroboram o atraso da formação do mercado interno autossustentado, capaz de engendrar o crescimento econômico do Nordeste. Contribuiu, ainda, para o quadro desvirtuoso a indisponibilidade e qualidade dos recursos naturais, expressos principalmente pelas reservas hídricas – seriamente limitadas em períodos de estiagem prolongada – compartilhadas com atividades não ajustadas ao convívio com o semiárido, impossibilitando o processo de desenvolvimento ambientalmente sustentado, embora incipiente o pensamento naquele momento (MAGALHÃES, 1983).

Com intervenção de instituições de fomento, nos anos 1960, a região experimenta alterações do quadro produtivo e infraestrutural. Nesse sentido, “a intervenção do Estado desenvolvimentista tem papel preponderante na reprodução e concentração do capital, transformando-se em principal garantidor do processo de integração de economias periféricas regionais” (OLIVEIRA, 1977, p.115). Oliveira ao analisar a ação da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste – SUDENE - centra considerações em torno do processo de acumulação capitalista, entendendo a industrialização nordestina como movimento do capital, hierarquicamente subordinado ao capital internacional. Para o autor, o planejamento regional da SUDENE alinha-se ao processo de escala mais ampla, não podendo superar as contradições básicas do sistema de produção capitalista. Trata-se de investida do sistema capitalista brasileiro que esboça tendência à homogeneização monopolística do espaço econômico. Ainda que as políticas regionais nem sempre tenham sido eficazes na execução, é fato que, desde a década de 1960, o crescimento do PIB per capita nordestino apresenta sinais positivos, em média, superior às demais regiões brasileiras. Entre 1960 e 1989, período marcado pelas intervenções de viés desenvolvimentista, a região cresceu a taxas anuais de 3,5%, culminando em pequena redução da desigualdade regional (IPEA, 2006) processo que se sustenta. A partir

de 1990 ocorre reestruturação na economia nordestina, sendo o turismo a atividade econômica apontada como redentora, contudo reproduz o processo de acumulação e não poderia ser diferente.

Tenha-se que a redemocratização do País, na década de 1980, dá início a novo momento econômico. Assolado pelo descontrole inflacionário e pela estagnação econômica, o País adere ao receituário neoliberal e promove a reforma do Estado. O ajuste liberal, a partir de 1994, dismantela as instituições e políticas regionais de enfrentamento das desigualdades. A redução de disparidades perde fôlego com a crise do modelo desenvolvimentista que acompanha apenas à queda dos investimentos governamentais, entre 1970 a 2000, de 10% do PIB, em média, para 3,2%. Daí, o resultado da contribuição nordestina para o PIB nacional, estacionado durante 19 anos, na faixa dos 14%, segundo dados do IBGE sobre a riqueza nacional por Estados, entre 1985 e 2004. O fato repercute no nível de investimento público per capita, abaixo da média nacional e equivalente, em 2000, a apenas 62% da média nacional, enquanto para os habitantes da região Sudeste a média é de 10% superior. Entre 1990 e 2002, a taxa de expansão do PIB per capita é de 1,7% para o Nordeste, enquanto Sudeste e Sul tiveram expansões de 1,0% e 1,2% ao ano. A trajetória de queda é quase uma constante, decorrente de progressivas restrições fiscais e redução da presença do Estado, ou mesmo, pela ausência de políticas públicas regionais ativas, é assim que Monteiro Neto explica as intervenções estatais do Brasil nessas décadas (2006).

Não se pode negar que há recuo do peso relativo do Sudeste, acompanhado de avanço do Centro-Oeste e Nordeste, no entanto essas regiões ainda figuram como emblema da desigualdade inter-regional. Todavia, não se pode desconsiderar, em nível intrarregional, o impacto de programas nacionais de transferência de renda (aposentadoria rural, bolsa família etc.) iniciados na década de 1990 e intensificados nos últimos anos, juntamente com a recuperação do salário mínimo, do crédito à agricultura familiar e do controle da inflação. O adicional de renda tem gerado impacto na microeconomia aumentando o consumo popular e a produção local. Há ainda, o surgimento de diversos focos dinâmicos (ARAÚJO, 1999), em diferentes subespaços das macrorregiões nordestinas que têm contrabalançado tendência

paralisante, imprimindo aos espaços maiores transformações na estrutura produtiva e social.

Embora os investimentos de infraestrutura nordestina sejam insuficientes, a médio e longo prazo, em especial em educação, saúde e postos de trabalhos para redução sistemática de desigualdade regional, sugerem efeito positivo na região. Componente importante, na onda de investimentos contemporâneos são grupos empresariais regionais consolidados, bem como, grupos de investidores estrangeiros, notadamente europeus (portugueses e espanhóis) em especial com negócios turísticos que procuram oportunidades para aumentar a rentabilidade dos negócios, na esteira dos benefícios fiscais e financeiros oferecidos pelos estados nordestinos. Por certo, isso leva a acreditar na potencialidade e viabilidade da economia da região e no desempenho em relação aos investimentos.

As políticas públicas de turismo são executadas por iniciativas públicas, privada e alternativa. O Estado implanta a infraestrutura básica e de acesso tanto para atender às necessidades da iniciativa privada quanto as das populações locais, além de criar a superestrutura jurídico-administrativa (órgãos públicos) eficaz, capaz de planejar e organizar os investimentos estatais aplicados. Assim, cabe à iniciativa privada a construção dos empreendimentos e prestação de serviços para oferecer retorno na forma de benefícios à sociedade (BARRETO; BURGOS, FRENKEL, 2003) benefícios esses que merecem ser questionados diante do modo de produção vigente desigual e trazer benefícios a poucos, embora as políticas públicas ou ações do Estado remetam aos interesses da sociedade. A participação estatal no processo é relevante e as políticas públicas põem a Região Nordeste em evidência para o turismo. A implantação da infraestrutura básica e de acesso aos destinos turísticos nordestinos, estratégias de mercado e preocupação ambiental em alguns casos são metas e objetivos de planos turísticos, demonstrando assim, articulação da política de turismo com as políticas mais abrangentes como a econômica, urbana e a ambiental.

O PRODETUR Nordeste nas fases I e II promove o aumento dos incentivos financeiros para o turismo, com melhorias na gestão das receitas por parte de municípios e estados, assegurando o turismo em áreas

contempladas pelo programa (Mtur, 2014). Para o desenvolvimento do turismo no País definiram-se polos indutores do turismo com processo de planejamento setorial integrado e participativo por meio dos Conselhos de Turismo; planejamento estratégico; melhorias na infraestrutura dos municípios e localidades turísticas; fortalecimento na capacitação municipal de planejamento e gerenciamento ambiental, administrativo e fiscal; proteção do patrimônio natural; revitalização e restauração do patrimônio histórico cultural, além da promoção do *marketing* da região. O Nordeste e o Ceará mudam a imagem graças ao *marketing* bem elaborado. O sol é desassociado da seca e remete às praias e à corpos bronzeados. Tem-se assim a metamorfose espacial do Nordeste, levando Gomes (2006, p.166) à análise de reordenamento de espaços litorâneos a afirmar que:

O processo se expressa não apenas por uma nova forma de estruturação, mas principalmente pelas novas funções assumidas diante do momento histórico de expansão e reprodução do capital, marcado categoricamente pelo processo de mercantilização, não apenas das mercadorias socialmente produzidas, mas da paisagem, da gastronomia, das atividades culturais e principalmente do mar, exigindo, assim, a requalificação espacial.

No que se refere à implantação de infraestrutura física, o Nordeste dá saltos de qualidade, constatados, sobretudo, pelos nordestinos que voltam vez por outra em turismo de raiz, embevecidos frente às mudanças infraestruturais de territórios que chocam com o fraco desempenho social, em particular, em áreas de educação, saúde e segurança que, desprestigiadas, não têm a mesma qualificação e mudanças.

O modelo industrial, do turismo, apesar de alento ao mercado de trabalho com novos postos, tem média salarial baixa e, sozinho, não satisfaz a carência estrutural do desemprego da região. Ainda assim, alternativas surgem como estratégia de sobrevivência ou como forma de empreendedorismo, isto é, enquanto políticas públicas ou

“de direito” não atendem, políticas alternativas ou políticas “de fato” emergem, e pessoas ou grupos criam, inovam e resolvem problemas econômicos a seu modo, por suas iniciativas, contando com nada ou quase nada dos poderes públicos. Apesar de imenso potencial turístico, o Nordeste apresenta entraves ao desenvolvimento pela fragilidade de infraestrutura de apoio, deficiência de equipamentos e serviços, falta de recursos humanos capacitados e inadequada comercialização do produto turístico, ainda há improvisos. A proposta de desenvolvimento da Região Nordeste, com base em projeto calcado em serviços e comércio – turismo – sem transformações estruturais dos demais setores produtivos leva a questionamento de possibilidades.

Há que se reconhecer que a proposta de modernização pela agricultura e implantação de agropolos vista pelo Governo como desenvolvimento, na reflexão crítica acredita-se não seja o caminho certo, pois continua a faltar alimento no campo, e prosseguem migrações de famílias sertanejas, mesmo com exportação de alimentos. Falta base sólida à proposta de desenvolvimento do Nordeste, considerando débil base industrial, indústrias externas com transferência de lucros para fora. Empresas do Sul, Sudeste e internacionais concentram lucros remetidos às matrizes.

O turismo, para os estados nordestinos e a atividade industrial, praticamente, concentram-se no litoral e áreas restritas, não atingem todo o território, sendo necessárias políticas para o semiárido. Assim, o turismo é coadjuvante para o alcance do desenvolvimento econômico, no Ceará dadas as condições de semiaridez que impedem o desenvolvimento agrícola, assim o turismo é definido pelos últimos governos vetor-chave das políticas estaduais, causando espécie a muitos. A importância do turismo, contudo, não se reduz, pois, apesar de não produzir desenvolvimento estrutural, reside no fato de ensejar empregos diretos e indiretos, embora, em parte, temporariamente, ainda assim oferece oportunidades a empreendedores em várias escalas. Enquanto na atividade industrial a presença de médios e pequenos empreendedores é difícil, o turismo absorve infinidade de serviços; ou seja, à atividade concorrem empresas de pequeno e médio porte e dos mais variados serviços, pela criatividade dos nordestinos, a exemplo da venda de *souvenirs*. No Ceará pelas dificuldades derivadas da semiaridez,

em mais de 90% do território, a opção governamental é pela atividade turística, o que sugere acerto político, pois sem agricultura não há indústria e sem essas atividades não há desenvolvimento.

A Região Nordeste apresenta-se, segundo o Ministério do Turismo (2010), propícia à ampliação de investimentos e, assim, no período de 2011-2014, recebe vultosos investimentos governamentais e institucionais para a execução dos eventos esportivos como a Copa das Confederações, em 2013 e o mundial de futebol de 2014, que contará com quatro cidades sedes: Fortaleza, Natal, Recife e Salvador, capitais nordestinas relevantes para o turismo internacional. O Brasil espera receber cerca de 600 mil estrangeiros e ampliar o turismo interno. Segundo pesquisas da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e da Fundação Getúlio Vargas (FGV), os investimentos em infraestrutura e serviços previstos para Copa do Mundo de 2014 ultrapassam R\$ 30 bilhões. Isso justifica a implantação de *resorts* no Nordeste, assim como o incremento imobiliário e melhoria de infraestrutura urbana em corredores de grande fluxo, associado à necessidade de abrigo em espaços mais protegidos e longe de conflitos sociais. Certamente haverá manifestações contra a Copa e os mais distantes estarão mais protegidos. Razão têm sim os que se manifestam, mas os turistas não são responsáveis pelas insatisfações e precisam ser bem recebidos: pagam caro.

O Banco do Nordeste mostra o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) nordestino, em 2013, de 2,5% o mesmo para o País. A projeção era de 3,7%, de qualquer maneira, mesmo com redução, é positiva diz o grupo do BNB – Etene (2013) a mesma projetada para o Brasil, mostrando reação da economia ao letargismo de 2012.

O Nordeste é espaço de contradições e responde positivamente estímulos que o movem para melhor desempenho socioeconômico. Com a valorização do litoral e implantação de projetos financiados pelas agências multilaterais de crédito, cidades se reorientam para a prática do lazer e do turismo. Desde então, comunidades disputa palmo a palmo, espaço construído e urbanizado para o turismo, com áreas residenciais e para atividades econômicas, recreativas e esportivas. Tudo isso, entretanto, passa por intenso processo de luta, mediante

relações de poder para redefinição de áreas e territórios. Como o turismo de sol e praia é o segmento para massas e os litorais, áreas de grande demanda, torna-se difícil o controle de qualidade, e os impactos da ocupação urbana e turística suscitam a emergência de movimentos socioambientais que contribuem para denúncias de abusos e questionamento da sustentabilidade, o que é necessário e papel da sociedade. Em vários lugares, tem havido problemas de uso indevido de litorais, além dos associados à exploração sexual, drogas e especulação imobiliária. Os países tropicais pobres, de modo geral, iniciaram a exploração da atividade turística com turismo litorâneo, balneário, de sol e praia para atender, demandas de fluxos turísticos, assim como do capital proveniente de corporações internacionais, oferecendo condições favoráveis à instalação de redes hoteleiras e *resorts* de bandeiras internacionais e parques aquáticos.

A cada dia, grupos alternativos começam a se organizar para a venda de novos produtos turísticos, de novos roteiros, “nichos” deixados pelo capital global e, dessa forma, participam de mercado promissor. Em alguns municípios, comunidade e pequenas empresas encontram caminhos de inclusão em roteiros turísticos e aproveitam artes, gastronomias, folclores, atrativos naturais e culturais, transformando o potencial em produto ou oferta turística. Assim, o turismo chega às comunidades rurais e periferias. Os excluídos do turismo do topo, ou dos *resorts*, dos hotéis cinco estrelas inventam o turismo social, o turismo dos trabalhadores, adaptado às condições econômicas dos pequenos rendimentos, tentam incluir-se pelo circuito inferior do consumo, com produtos alternativos, pequenas pousadas e hospedagens residenciais, quando emerge o turismo rural e comunitário. A contradição contribui para que, em estados do País, especialmente no Nordeste e no Norte, haja experiências que fogem do modelo de turismo convencional, que privilegiam pequenos empreendimentos, comunidades e que têm como finalidade o desenvolvimento local, a valorização das pessoas, das microeconomias, das culturas locais, de empreendimentos que possam fazer do turismo estratégia de combate à pobreza, uma forma de inclusão na produção e no mercado.

O turismo comunitário caminha na contramão do consumo exacerbado e da “globalização perversa” (SANTOS, 2001), liderado por

grupos que valorizam atividades menos concentradoras de capital e mais voltadas aos valores humanos como o turismo comunitário e às redes do eixo local. Atividade econômica globalizada volta-se ao atendimento do mercado internacional e também passa por mudanças, objetivando alcançar diversificado público consumidor. Empresas turísticas, assim como demais empreendimentos contemporâneos, organizam-se em redes, por meio de transferências de informações, capital, e circulação de produtos e pessoas, e alteram a dinâmica espacial, interconectando pessoas e serviços. No entanto, a cadeia produtiva do turismo não é exclusiva às ações dos grandes capitalistas, que detêm o poder da produção. Grupos populares menos favorecidos economicamente, ou os “de baixo”, conforme Milton Santos, (2001) também se inserem na cadeia produtiva mediante a realização de atividades alternativas, como o desenvolvimento do eixo do turismo comunitário e solidário, onde se insere o turismo rural. Adquirindo cada vez mais visibilidade em escala mundial, o turismo de comunidades (comunitário), assim como o turismo convencional, organiza-se em redes, em grandes corporações, embora não com os mesmos aparatos tecnológicos e disponibilidade de capitais das grandes corporações, mas conseguem potencializar a participação de grupos do eixo inferior do circuito produtivo no mercado turístico local, regional e internacional.

Para isso, turismo rural, empreendimentos comunitários têm visão própria de turismo voltado aos seus interesses, à nova perspectiva de desenvolvimento voltado à escala humana e às condições locais. Descobrem novos indicadores do desenvolvimento, ingresso de capital em pequenos municípios, mais trabalho e emprego, inclusão de excluídos, participação democrática, benefícios da economia local, alocação de infraestrutura turística e de apoio ao turismo, sobretudo, para o residente. Assim, a constatação de que o Nordeste, uma das regiões mais populosas e ricas do Brasil, estagnou durante séculos, e o poder político em mãos da aristocracia rural e conservadora que ignora o atraso econômico e os problemas sociais, serve de motivo de recuperação do atraso, com estratégias e iniciativas governamentais, incluindo subsídios a investimentos privados.

Apesar da reduzida tentativa do governo federal de promover o desenvolvimento regional, as políticas macroeconômicas são

importantes. Precisam ser complementadas com políticas regionais de desenvolvimento, pela iniciativa privada, sobretudo pelo poder local e comunidades. O turismo oferece oportunidades a empreendimentos na esfera local, em comunidades urbanas e no meio rural. Assim, criou-se, no Nordeste, nova imagem regional de dimensão nacional e global. Fala-se agora de Novo Nordeste resultado do processo de significativas mudanças socioeconômicas. O turismo poderá vir a ser saída para a economia nordestina, desde que se invista no maior potencial da região: os habitantes, e que se proteja, conserve e se recupere o patrimônio natural e cultural.

A agricultura no Nordeste é basicamente sustentada por políticas públicas pontuais e desarticulada, ou com subsídios emergenciais, sem programa político consistente. O quadro de pobreza e carências do espaço agrícola é justificado por contingências de origens físico-naturais, a seca responde pela falta de políticas agrícolas e agrárias, e a transposição das águas do Rio São Francisco, para melhor aproveitamento de águas doces que se jogam ao mar, caminha lentamente. Assim, a paisagem cinzenta menos atrativa do Nordeste desfavorece o turismo rural. A maior parte de unidades produtivas agrícolas são monoculturas, em grande parte, agroindústrias ou perímetros irrigados com modelo de gerenciamento precário, e agronegócios são prioridades para exportação. Como consequência do modo de produção, parte da força produtiva é assalariada ou sofre à míngua à mercê de articulações políticas, embora, em alguns estados, ocorra produção por commodity: como a soja no Piauí, cana-de-açúcar em Alagoas, Pernambuco e Paraíba e frutas tropicais para exportação, por exemplo, no Ceará. A diferença de modelos agrícolas é expressa na paisagem e na relação do homem com o espaço produtivo, motivo pelo qual o turismo rural, tal como idealizado na Europa, não pode ser reproduzido no Nordeste do Brasil. Os arranjos institucionais do espaço agrícola são estabelecidos por grupos modernizadores: Estado, bancos e empresários em pactos burocráticos que representam o corporativismo no campo, com exclusão do pequeno produtor. Desse modo, o turismo rural nordestino enfrenta obstáculo de cunho político e administrativo.

O modelo de turismo rural emerge, na Europa como alternativa para entressafras, pela necessidade de o produtor rural aumentar as

fontes de renda e agregar valor aos produtos. O elemento principal é modo de vida no campo, o “tempo lento” e acolhedor do espaço rural. O modelo europeu aplicado no Sul do Brasil com sucesso representa diferenciações entre políticas. A Política Agrária da União Europeia dá ênfase ao meio rural como espaço de vida e ócio, além de altamente produtivo e subsidiado quando necessário. Com relação à aplicação do modelo “importado” à realidade do Nordeste, há que se considerar enormes diferenças, pois, na Região, o espaço rural não é atrativo pelo potencial produtivo e nem de longe se relaciona ao espaço de vida e ócio, com raras exceções.

A relação campo-cidade no turismo: permanências e mudanças

A segmentação do turismo, em espaço e mercado globalizado, é indicador da diversidade de destinos e da capacidade de prestação de serviços a perfis de públicos com capacidade de dinamizar territórios e economias, levando satisfação aos turistas. A segmentação da oferta é orientada para especificidades de receptores, assim, se tem o turismo rural, urbano, litorâneo, de montanhas, entre muitos, e, em especial, de particularidades de grupos de turistas mostrando a diversidade dos envolvidos.

A reestruturação produtiva das últimas décadas impõe novas políticas e ações baseadas em organizações de empresas, em redes de estratégias de desconcentração, atingindo maior número de lugares na expansão do capital, e, nesse processo, a área em foco - o Nordeste brasileiro - é intensamente contemplada pela prioridade de serviços, em especial, com crescentes demandas. Novas feições do urbano e rural exigem renovação da base conceitual e ressignificação de lugares. Matos (2006) apresenta premissas que chamam atenção para o papel de grandes empresas, em redes, no processo de acumulação, com subordinação do Estado, desregulação, difusão de tecnologias, informações, comunicações, finanças e produção de símbolos, com reformas urbanas marcadas pelas policentralidades e fragmentações. No rural dão-se mudanças na estrutura agrária e formas de produção, com surgimento de agropolos vinculados ao mercado internacional, em convívio com pequenas comunidades de produtores da agricultura de subsistência e em especial da agricultura familiar.

Assim, o espaço rural nordestino, associado a vazios ocupacionais, descaso, carências de serviços e capitais, secas e baixa produtividade, absenteísmos passa por reestruturações, explicadas por Silva Graziano (1998) como novo rural brasileiro com processo de urbanização, implementação de infraestrutura de transporte e comunicação, bem como com aquisição de serviços urbanos básicos: energia elétrica, saúde, educação, e acrescenta-se, o lazer e turismo. A transformação e interconexão do urbano com o rural exigem que se repensem os espaços, sobretudo a extinção da dicotomia rural/urbano. O espaço rural amplia o leque de atividades, para além da produção agropecuária, com destaque do lazer em áreas rurais, venda da paisagem rural com a produção simbólica do rural a ser consumido, com criação de Reservas Privadas do Patrimônio Nacional - RPPN -, programação de atividades de turismo rural e ecoturismo.

A diferenciação de formas de apropriação de territórios mostra a possibilidade de desenvolvimento de atividades turísticas consistindo em ocupação complementar que, aliadas a atividades primárias, passam a fazer parte do cotidiano da propriedade rural, em maior ou menor intensidade. Com isso a mercantilização do espaço rural faz-se mais intensa, amplia-se o interesse para além da organização de atividades produtivas tradicionais, a exemplo das agrícolas e industriais somadas às de lazer e turismo, infraestrutura para moradias e políticas ambientais. Cresce a necessidade de atuação do Estado por meio de políticas públicas para garantia de normas ambiental, infraestrutural e regulação das propriedades e do solo rural (SILVA, VILARINHO, DALE, 1998). Mesmo assim, na Região Nordeste, as mudanças no campo foram ínfimas e não reduziram as contradições entre o rural e o urbano.

O campo nordestino continua pobre e pouco produtivo, mas existem áreas de maior crescimento em comparação a outras, com enclaves em que o processo de urbanização e acentuação do uso de tecnologias e ciência evolui com ampliação de serviços tipicamente urbanos no meio rural, e o turismo é sintomático. Serviços anteriormente executados expressivamente na cidade são alocados no campo, corroborando a criação de pequenos núcleos urbanos e profusão de objetos citadinos no espaço rural, como eletrodomésticos. Computador, televisão, e

motocicleta aceleram a integração campo/cidade, proporcionando livre acesso a informações, bem como comunicação rápida. As redes sociais corroboram também a intensificação da relação complementar entre campo e cidade.

Embora a modernização tecnológica não esteja ao alcance dos níveis sociais e econômicos, os lugares estão articulados em rede, o que possibilita a dinamização, comunicação e comercialização de produtos e atividades, inclusive do turismo rural, que se torna global, ou “local globalizado”, com mistura de simbologias culturais do lugar em padrões de economias e serviços. As diversidades e semelhanças econômicas, culturais, políticas e espaciais assumem forma e conteúdo não apenas no espaço urbano, mas também no rural.

No entanto, no rural nordestino não houve mudanças intensas, simultaneamente ao que ocorre com cidades, pelo contrário, continua a estagnação por décadas, até, tardiamente, inserir-se na mundialização do capital, visto que, até mesmo a urbanização e crescimento de cidades demoram décadas para acontecer, com relação aos mesmos processos em andamento nos países centrais. Explica Scarlato (2000, p. 395) que “o crescimento das cidades e a industrialização ocorreram paralelamente à transformação do campo”, equivalendo dizer em países ricos, houve integração entre campo e cidade. Assim, a urbanização processa-se diferenciadamente, acompanhando ritmos de evolução relacionados ao sufrágio rápido, espontâneo ou forçado do modo capitalista.

As sociedades passam por processo de urbanização profícuo para adaptação ou integração ao modelo de produção dominante. Santos (1994, p. 125) mostra que se vai da urbanização da sociedade, “resultado da difusão, na sociedade, de variáveis e nexos relativos à modernidade do presente, com reflexos na cidade”, para a urbanização do território, que é “a difusão mais ampla no espaço das variáveis e dos nexos modernos”. O segundo movimento é mais ambicioso e aspira comunicar todos os lugares globalmente, entrecruzar e maximizar a circulação de mercadorias, signos, pessoas, em especial, turistas. A urbanização do rural torna o espaço flexível, e facilita a produção do turismo em lugares de complicado acesso. Assim, a urbanização torna-se processo global que avança sobre o “espaço-mundo” (SANTOS, 1994). Todavia não significa o fim do espaço

rural, das especificidades do campo, mas diz respeito às mudanças e permanências resultantes do conflito entre tradicional e moderno, capital e trabalho, interno, externo, rural e urbano.

A relação campo/cidade passa pela expansão de ligações entre um e outro, e se apresenta de maneira renovada. Lembra Santos (2008, p. 60) que “é pouco falarmos apenas em uma cidade que tem um campo do qual depende e vice-versa, ou antes, é incorreto. As relações com áreas distintas do campo imediato passam a ser uma constante, e mesmo uma necessidade”. Entretanto mudanças profundas não negam que “a noção antiga perdura, e ainda hoje, quando a vida rural às vezes se torna quase autônoma em relação á próxima cidadezinha, ainda encontramos o tipo clássico de relações entre cidade e campo” (*op. cit.*). Para Lefebvre (2001, p. 68-69), o movimento se acirra, imbricado, e, ao mesmo tempo, coadunado um ao outro, “a relação cidade/campo se transforma, aspecto importante de mutação geral. Seja o que for, a cidade em expansão destrói o campo, corrói-o, dissolve-o. A vida urbana penetra na vida camponesa despojando-a de elementos tradicionais”. Oliveira (2000, p. 477), baseado na história concreta de trabalhadores do campo que residem na cidade, os boias-frias e em processo de luta por interesses rurais que incidem nos centros urbanos, afirma que “a unidade contraditória entre a cidade e o campo não elimina suas diferenças - ao contrário, aprofunda-as, tornando cada uma mais específica, porém cada vez mais portadora de característica geral da outra”. Desse modo, o campo se descortina ao mundo urbano e abriga variáveis urbanas. Gradativamente, a “urbanização do campo” se consolida, contribuindo para expansão dos tentáculos das cidades aos longínquos rincões agrários que, em última análise, compromete e subverte a cultura rural fundada em valores solidários, laços de parentesco e comunicação pessoal. Contudo o campo detém valores, é o lugar que testemunha a produção coletiva da cooperação e comunhão, com diferenciadas relações sociais nas cidades.

A “urbanização do campo” impulsiona metamorfoses na essência do espaço rural, embora não se extinga o fulcro que o dota de singularidade. Daí dizer Santos (2002, p. 255) “a urbanização no campo é controversa e significa processo de mudança das relações sociais, mas

também do conteúdo material do território”. Trata-se, na verdade, de urbanização do território, como mudanças interglobais que participam da totalização engendrada pelas reações e involuções do presente, com marcas do passado e tendências, de campo e cidade. Porém o campo evolui de maneira quase que autônoma resguardando as especificidades que, em última análise, representam eclipse parcial no espaço rural dos nexos modernos das cidades, apesar de ser alvo de novos objetos técnicos produzidos. Lefebvre (2001) afirma que o campo é lugar de produção e de obras e que a produção agrícola cria produtos e paisagens rurais. “Esta obra emerge da terra lentamente modelada, originariamente ligada aos grupos que a ocupam com recíproca sacralização que é, a seguir, profanada pela cidade e pela vida urbana” (LEFEBVRE, 2001, p. 65). O turismo, atividade tipicamente urbana, invade o espaço rural. E assim não só a agricultura fabrica produtos que engendram a obra; mas atividades não agrícolas como turismo, acirrando a propagação do urbano no rural.

Mas a cidade também se transforma, ao passo que cresce a urbanização das grandes cidades, pouco a pouco, se aproxima do clímax metropolitano, ou gera megalópoles com poder de decisão e concentração de objetos técnicos e informação, o campo é parte importante do processo, pois a complexidade técnica, no seio da cidade e centros universitários é transportada, combinada desigualmente ao espaço rural; ao mesmo tempo em que dependia do espaço rural: produção de alimentos, inclusive da geração do proletariado de reserva, população imigrante. A essa relação Santos (2002) chama de “acontecer complementar”, fruto da necessidade de ampliação das ligações e trocas entre forças espaciais produtivas: campo e cidade. A respeito das oposições entre campo e cidade, admite-se com Lefebvre (2001, p. 69) que:

A oposição “urbanidade-ruralidade” se acentua no lugar de desaparecer, enquanto a oposição cidade-campo se atenua. Há um deslocamento da oposição e do conflito. Quanto ao mais, em escala mundial, o conflito cidade-campo está longe de ser resolvidos, todos sabem disso. Se é verdade que a superação e a contradição

cidade-campo (que envolve a oposição de dois termos sem se reduzir a ela) fazem parte da divisão do trabalho social, é preciso admitir que esta divisão não está nem superada nem dominada, longe disso.

Assim, no limite, a superação da contradição campo-cidade está longe de acontecer. Tem-se aí também a possibilidade de emancipação humana, pois romper o eixo de sustento do sistema capitalista significa edificar nova sociedade e novo espaço, onde solidariedade e cooperação fundem as escalas da coexistência material e imaterial. Se não há superação completa na relação campo-cidade, ao menos se tem convergência relativa, múltipla e instigante de funções, ações e objetos de ambos os espaços, ora de forma áspera, ora dialógica. A relação campo/cidade se estreita, condicionada pela modernização circundante e ampliada pelo império da acumulação do capital que se serve cada vez mais de ciência, de serviços originariamente urbanos e de informações. No entanto, o campo não se define, apenas não existe pureza imanente possível que se perpetue; oscilações e transformações são irremediáveis no mundo acelerado que desfaz tudo que é sólido.

Os princípios do turismo rural comunitário

Comunidade é um grupo social residente em pequeno espaço geográfico, campo ou cidade, cuja integração de pessoas entre si, e com o lugar, cria identidade muito forte em que habitantes se identificam como comunidade. Pequeno grupo de pessoas, com seu modo próprio de ser e sentir, com tradições religiosas, artísticas, com passado histórico, costumes típicos, “estilo” de vida familiar e social, com as atividades produtivas, problemas e necessidades, aspirações; no mesmo lugar, tendo, sobretudo, consciência da vida comum, tudo isso forma comunidade. As pessoas tornam-se membros de comunidade não apenas por nela viver, mas por participarem da vida comum, integrando um conjunto de elementos materiais, históricos, institucionais, psicológicos, afetivos da vida comunitária. A solidariedade é o elemento principal da comunidade em que está a grande diferença da sociedade moderna que prima pelo não reconhecimento e envolvimento com os problemas uns dos outros.

Admitindo dificuldades da vida em comunidade, contemporaneamente, quer no rural ou no urbano, dados os avanços da sociedade moderna, Bauman (2003) afirma que é este o caminho que se deve reencontrar, pois a origem humana é em comunidade. Certamente as comunidades da sociedade moderna perdem marcas das da Antiguidade. Produziu-se modelo de sociedade que se volta à acumulação e não atende às necessidades de todos, em aglomerados de pessoas, modelo de sociedade questionado por muitos. No contraponto, núcleos rurais de baixa densidade populacional, resistindo às mudanças, vivem, na prática em comunidade. Afirma Max-Neef (2012, p.13), analisando o processo de transformação da civilização que:

Da comunidade como elemento dominante, à constituição da sociedade há uma mudança humana da maior transcendência. O estilo econômico dominante, em sua versão neoliberal estimula e fortalece não a individualidade, mas o individualismo, e em consequência a destruição da comunidade.

A vida em comunidade contribui para encontro pelas famílias de respostas necessárias aos problemas, com a ajuda do grupo no meio rural. Explica Diegues (2002, p.83) que as culturas tradicionais:

Estão associadas a modos de produção pré-capitalistas, próprios de sociedades em que o trabalho ainda não se tornou mercadoria, onde há grande dependência do mercado já existente, mas não é total. Essas sociedades desenvolveram formas particulares de manejo dos recursos naturais que não visam diretamente o lucro, mas a reprodução social e cultural; como também percepções e representações em relação ao mundo natural, marcadas pela ideia da associação com a natureza e dependência de seus ciclos.

Nesta pesquisa, comunidade remete ao rural e grupos que guardam valores da vida em comum, que buscam soluções para os problemas

do dia a dia de forma coletiva, que se preocupam com a convivência humana mais do que com a acumulação, que resistem às mudanças do consumismo, que guardam valores tradicionais sem preocupação de ser considerado antigo e ultrapassado. São comunidades que questionam o modelo de sociedade, daí formarem grupos de resistência. Que vivem economia solidária não como modo definido e único de organização de unidades econômicas, mas como processo multifacetado no qual se pode incorporar solidariedade e busca de modelo justo. A filosofia que anima e dirige a visão econômica é chamada por alguns estudiosos de desenvolvimento à escala humana, segundo Max-Neef (2012), por tirar o foco do capital e centrar nas pessoas. Assim, hospedagem domiciliar, comida caseira, aconchego e convívio com agricultores e trabalho no campo são essências do turismo rural. Roteiros que valorizam a cultura local e sustentabilidade da natureza, trabalho e lucro compartilhados e ampliação da moeda nos pequenos sítios, fazendas, colônias visitadas por turistas, com satisfação de residentes do espaço rural, anfitriões, assim como de turistas, visitantes.

O turismo comunitário segue princípios que configuram estratégias de desenvolvimento em áreas rurais ou urbanas, como necessidades sentidas, o que significa dizer que iniciativas de trabalho em comunidades, em especial o turismo, partem de necessidades sentidas pelo grupo e não apenas da consciência e orientação técnicas, de pessoas externas à comunidade. Participação requer envolvimento profundo da comunidade no processo de produção do turismo, só assim se pode considerar desenvolvimento; cooperação, pois a ação comunitária não dispensa a colaboração privada e pública. Ao contrário, formam-se parcerias com setores público e privado, em projetos comunitários; autossustentação, pois os processos de transformação, econômicos, sociais e espaciais, apesar de descontinuidades, precisam ser susceptíveis da gestão, manutenção e controle comunitários, mediante ações que previnam efeitos perversos de possíveis alterações provocadas por interesses externos. Princípio da universalidade, pois o êxito esperado é para todos da comunidade e não apenas para subgrupos, e que altere profundamente as condições de carências das comunidades (CARMO, 1999, 80). A filosofia do trabalho comunitário mostra que não há grandes mistérios quanto ao que se quer como comunidade:

Apenas a segurança do necessário para uma vida digna, a tranquilidade no relacionamento social, o sentimento de participar criativamente das coisas que acontecem, a liberdade moderada pelas necessidades, a paz do amor, o estímulo do trabalho, a alegria de rir com os outros, o realismo de rir de si mesmo. Mas, estes objetivos passam por um valor essencial que precisa ser resgatado: a solidariedade humana (DOWBOR, 1998, p. 9).

As comunidades lutam pelo desenvolvimento solidário, sem desconhecer a presença do Estado e impactos da mundialização do capital, pois vivem os conflitos de inserção na realidade questionando políticas neoliberais para voltá-las aos interesses de economias populares, com resultados socializados.

Para não concluir

O Nordeste insere-se no processo de turistificação, de forma irreversível e a tendência é cada vez mais acelerar o ritmo de crescimento de equipamentos e fluxos turísticos, no espaço rural. O turismo passa a fazer parte da força produtiva do Nordeste, participa no crescimento regional de forma desigual pelos territórios, pois as políticas de turismo vinculam-se à macroeconômica, atividade decorrente de imposições do modo de vida moderno que prioriza necessidades do capital, em processo contraditório de enfraquecimento do Estado e fortalecimento de empresas, movimentos sociais e da democracia na medida em que amplia espaços de participação.

Assim, junto a eixos do turismo (CORIOLANO, 2006) convencional e o comunitário, o turismo rural representa estratégias de mudanças pelo uso de tecnologias e formas de inclusão pelo trabalho, via serviços e não apenas no cultivo do campo, mas no lazer. As atividades do turismo rural comunitário se associam às demais atividades econômicas com iniciativas que fortalecem a agricultura, pesca e artesanato, as atividades preexistentes fazem a diferença no campo para o turismo rural. O segmento turístico possibilita a participação de agricultores, de famílias que produzem organicamente em unidades familiares, que lutam pela regulamentação fundiária, pela valorização do campo com diversificação de produtos e serviços que promovam vida digna às famílias rurais, criando possibilidades de

atrair turistas. Evidencia significativa participação de atividades não agrícolas, e insere-se na complexidade do fenômeno turístico, bem como na relação campo/cidade. O entendimento do turismo rural implica pensar o universo associado das escalas temporais e espaciais e a produção segmentada do turismo.

O espaço rural, com objetos e ações urbanas, porquanto decantadas pelo prisma de sujeitos do campo que constroem a história do espaço rural, no cotidiano, tendo como fonte primária a terra, e como energia a relação intersubjetiva de agricultores ou comunidades se inserem no contexto do espaço totalidade, em processo de valorização do rural e das pessoas que ali habitam. Trata-se de mudanças no rural e não do rural, não são fortes rupturas no campo hegemônico. Assim, cidade e campo unem-se dialeticamente. O importante, no turismo rural é vislumbrar maiores possibilidades de comunicação e inclusão de comunidades em práticas positivas que o turismo pode dinamizar. Os exemplos se multiplicam no contexto do rural global, tendo em vista maior participação do rural nordestino em “nichos” que favoreçam empreendedores a promover o turismo diferenciado no meio rural, posto que voltado à valorização humana, à preservação da identidade rural, defesa da natureza e promoção de sociedades sustentáveis.

Bibliografia Consultada

ARAÚJO, Tânia Bacelar. Por uma política nacional de desenvolvimento regional. **Revista Econômica do Nordeste**. Banco do Nordeste, Vol.30, n.2, abr-jun de 1999.

BARRETO, Margarita; BURGOS, Raúl; FRENKEL, David. **Turismo, políticas públicas e relações internacionais**. Campinas, SP: Papyrus, 2003.

BANCO do Nordeste do Brasil – BNB **Conjuntura econômica** N. 37. Fortaleza / ETENE/ 2013

BANCO do Nordeste do Brasil – BNB O Turismo e Desenvolvimento Econômico, pronunciamento do presidente em exercício do BNB. Raimundo Nonato Sobrinho, Fortaleza: BNB. 1995

- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CARMO, Hermano. **Desenvolvimento Comunitário**. Lisboa: Universidade Aberta, 1999.
- CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. 1. ed. São Paulo: Anablumme, 2006.
- DIEGUES, Antonio Carlos: **O mito moderno da natureza intocada**. 3ªed. São Paulo: HUCITEC, 2002.
- DOWBOR, Ladislau. **A Reprodução Social**. Proposta para uma gestão descentralizada. Petrópolis: Vozes, 1998.
- GOMES, Rita de Cássia da Conceição. O turismo e a requalificação das pequenas cidades no litoral norte do Rio Grande do Norte. In: SILVA, José Bozarccchiello da; LIMA, Luiz C; ELIAS, Denise (org). **Panorama da Geografia Brasileira**. São Paulo: AnnaBlume, 2006.
- INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2009): **Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003-2006/ IBGE**. Coordenação de Contas Nacionais. IBGE. Rio de Janeiro. 2006
- INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (): Geociências. Atualização das áreas dos Estados e Municípios brasileiros. IBGE. Rio de Janeiro, 2001.
- IPEA. Intervenção Estatal e Desigualdades Regionais no Brasil: contribuições ao debate contemporâneo. TD nº 1229. Brasília, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, novembro de 2006. Disponível em <www.ipea.gov.br>. Acesso em 01.02.2013.
- LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.
- MAGALHÃES, Antônio. (1979) R. **Comércio e desenvolvimento: Observações sobre as relações _____**. Industrialização e desenvolvimento regional: a nova indústria do Nordeste. Brasília: IPEA/IPLAN, série estudos para o planejamento, 24, 1983.
- MATOS, Carlos A. de. Modernización capitalista y Transformación

Metropolitana em América Latina: cinco tendências constitutivas. In: LEMOS, Amália Inês Geraiges; ARROYO Mônica; SILVEIRA, Maria Laura. **América Latina: cidades, campo e turismo**. Universidade de São Paulo: São Paulo, 2006.

MONTEIRO NETO, Aristides. Intervenção estatal e desigualdades regionais no Brasil: contribuições ao debate contemporâneo. TD n° 1229. Brasília, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, novembro de 2006. Disponível em <www.ipea.gov.br>. Acesso em 01.02.2012.

MAX-NEFF, **Desenvolvimento à escala Humana**. Tradução Rede Vida. Blumenau: Edfurb, 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO “Proposta Estratégica de Organização Turística”. Copa do Mundo 2014 Brasil. Ministério do Turismo. Brasília. 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO do Brasil – MTUR, Turismo Rural Orientações Básicas em 2010. Brasília Relatório. Mtur 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil. Brasília: Relatório, 2004.

MONTEIRO NETO, Aristides. Intervenção estatal e desigualdades regionais no Brasil: contribuições ao debate contemporâneo. TD n° 1229. Brasília, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, novembro de 2006. Disponível em <www.ipea.gov.br>. Acesso em 01.02.2013

OLIVEIRA, F. **Elegia para uma Re (li) gião**. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1977.

OLIVEIRA, F. **A Crise e a Utopia do Trabalho**. In. Economia dos Setores Populares: entre a realidade e a Utopia. In: Kraychete, G.; Lara, F. Costa, B. (org). **Questões Debatidas**. Petrópolis: Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

ROMANO, Jorge Osvaldo. **Políticas nas Políticas: um olhar sobre a agricultura brasileira**. Rio de Janeiro: Mauá x EDUR, 2009.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do Espaço Habitado: Fundamentos Teóricos e Metodológicos da Geografia**. 6. ed. São Paulo: Edusp, 2008.

_____. **A Natureza do Espaço:** Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2002.

_____. **Por uma outra globalização:** do pensamento único à consciência universal. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **A Natureza do Espaço:** Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: HUCITEC, 1997.

_____. **Técnica, espaço, tempo:** globalização e meio técnico-científico-informacional. São Paulo: HUCITEC, 1994.

SCARLATO, Francisco Capuano. População e Urbanização Brasileira. In: ROSS, Jurandyr L. Sanches. **Geografia do Brasil**. 3. ed. São Paulo: EDUSP, 2000.

SCHENEIDER, Sérgio. Teoria social, agricultura familiar e familiar e pluriatividade. In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. v.18, n.51, fev.2003.

SILVA GRAZIANO, José da. Políticas não agrícolas para o novo rural brasileiro. **Anais Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural**. Brasília: SOBER, 1998.

SILVA GRAZIANO, José da; VILARINHO, Carlyle; DALE, Paul J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: Caderno CRH, Salvador, n.28, p.113-155, jan/jun, 1998.

ZIMMERMANN, A. **Turismo rural:** um modelo Brasileiro. Florianópolis: Editora do Autor, 1996. http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/mapas/brasil_regioes.htm.

AS DIFICULDADES DO TURISMO NO SERTÃO DO NORDESTE

José Wellington Soares¹⁵
Luzia Neide Coriolano¹⁶

Introdução

O texto analisa a realidade socioambiental do sertão cearense, a vida difícil do sertanejo e, por conseguinte as limitações para o desenvolvimento do turismo. A seca sempre é fenômeno que marca a história do Sertão, assim coloca em situações extremas a vida dos que nele habitam o que não é suficiente para explicar migração de sertanejos. No entanto a situação de carência verificada em cada seca obriga parcela significativa da população a buscar em outros lugares meios de subsistência. Analisa-se o sertão cearense no intuito de compreender especificidades do sertão destacando contextos sertanejos do Ceará. O artigo põe questões importantes para a compreensão do sertão pouco conhecido, carente de estudos e pesquisas com proposta de soluções.

O sertão semiárido compreende a área que se estende pelos estados: Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Ceará, Piauí, interior da Bahia e Norte do Maranhão. A penetração do povoamento e a formação de fazendas e currais de gado seguiam sempre as margens dos rios para garantia de farturas e riquezas em época de cheias. Nos períodos secos os leitos dos rios favorecem o surgimento de cacimbas que se formaram naturalmente ou mesmo sendo escavadas mais profundas até encontrar os lençóis d'água. Região de contrastes, de violências, difícil e complexa, chegando até a resignação, lugar de latifúndios e grandes fortunas e de extrema pobreza, com flora e fauna exuberantes e belas nos períodos de chuva, com a semiaridez caracterizando o clima, árvores tortuosas,

15 Mestre em Gestão de Negócios Turísticos na UECE Licenciado em Geografia. Professor do Ensino Fundamental e Médio.

16 Prof^a Dr^a do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará. Líder do grupo de pesquisa Turismo, Território e Cultura do CNPq. Pesquisadora do CNPq.

sofridas, quase mortas nas estações secas além de pouco estudado por pesquisadores em geral. Essas são algumas marcas dos sertões que sofrem com o regime das secas, onde solos rasos e pedregosos, com vegetação e clima que se diferenciam das demais regiões do Brasil. Apesar de órgãos como a SUDENE, Banco do Nordeste, Universidades federais e Estaduais realizarem pesquisas e estudos sobre essa região ainda não satisfaz e nem há descobertas de formas de conviver com o semiárido e com as secas. É comum encontrar estudos que tratam do Sertão dando destaque ao sertanejo com temas como: a luta contra o Índio rebelde, a conquista da terra, expansão das fazendas de gado, os rudimentares métodos de criação, a forma como é realizado o comércio, os currais de gado e o não falta nesses estudos o matuto o homem típico da região. No entanto falta mais conhecimento sobre o geossistema sertão e sobre o povo sertanejo, ou seja, mais estudos empíricos e específicos sobre os sertões. De acordo com Andrade (2006, p.18):

O sertão foi povoado desde o século XVI em função da caça ao Índio e da conquista de campos para a pecuária. Mas o povoamento só se intensificou a partir do Séc. XVIII, quando a Revolução Industrial estimulou o desenvolvimento da cultura do algodão. O algodão sendo produto de exportação e as culturas do milho e do feijão utilizadas na alimentação dos novos povoadores e dos animais de trabalho.

Assim o fator histórico enfoca peculiaridades que identificam fatores que impulsionaram a (des) organização territorial do sertão, incompatível com os interesses locais e implantando assim a apropriação exploratória pelos colonizadores. O sertão é encontrado em todo o Nordeste. Na definição de João Guimarães Rosa, em o Grande Sertão Veredas, os Sertões são vastos chapadões, o domínio da caatinga, uma paisagem encantadora e impressionante, desolada, árida e violenta.

Espaço caracterizado pela ação degeneradora do clima, onde há apenas duas estações, a seca e a chuvosa, sendo chamado pelo sertanejo, o verão e o inverno, sofrendo sem intervalos. De sol implacável

“torrado” nos verões. A paisagem rudimentar e dura é atenuada por pequenas várzeas, no local de antigo lago existente e nos leitos dos rios intermitentes, geralmente secos, rios e riachos que só se enchem nas rápidas estações chuvosas. O relevo é predominantemente plano, uma depressão, com larga vastidão e aberto, com trechos de tabuleiros, poucas serras ou elevadas abruptas. Marcílio (1986, p. 11) define o lugar sertão dizendo que “é onde os pastos carecem de fechos, onde um pode torar dez, quinze léguas, sem topar com casa de morador; e onde criminoso vive sem Cristo Jesus, arredado do arrocho de autoridade”. Várias são as definições de sertão, é visto de vários ângulos, desde os aspectos da natureza até modo de vida do sertanejo com a cultura diferencial da região.

O clima do sertão é seco e varrido por ventos no litoral. Autores afirmam que uma das causas das secas que ocorre no Sertão é a presença de serras que cortam perpendicularmente a linha litorânea impedindo a circulação dos ventos úmidos vindos do litoral, como é o caso da Serra da Meruoca que atua como barlavento aos ventos vindos do litoral, tornando assim a região de Sobral quente e com pouca umidade já que esta se encontra localizada no sopé da Serra, ao Norte do estado do Ceará. A natureza no sertão nordestino é sofrida e torturada pelo sol abrasador e falta d’água, com regime semidesértico, sendo atravessado por dois grandes rios perenes: O Rio São Francisco, denominado pelo sertanejo como “velho Chico”, de enorme volume d’água, de onde famílias retiram sustentos é de inegável importância para o Nordeste brasileiro.

Em grande parte, o Sertão é coberto pela Caatinga, vegetação espinhosa, retorcida, dura e “violenta” que em períodos secos corta a visão do sertanejo e o agride com aspecto desolador aparentando estar sem vida. Vegetação que se adapta facilmente a rudeza das estiagens, alimentando-se de suas próprias reservas, passando a transfigurar-se com as primeiras chuvas. Alguns vegetais retêm água em seus caules, folhas e raízes, é o caso da macambira, que em muitos períodos secos molha a garganta de animais e sertanejo, pois esse vegetal acumula água, assim como os gravatás e os cactos. Em pleno Sertão seco, de vegetação esgalhada e acinzentada, maltratada pelo calor intenso da semiaridez, uma planta especial resiste as fortes estiagens, o juazeiro que não perde

as folhas verdes mesmo nos meses mais castigados pela seca. Enquanto isso plantas como o mandacaru, isolado na caatinga e o xiquexique, os cactos são destaques pela forte resistência nas áreas secas. As folhas das espécies da vegetação caatinga caem no verão, mostrando que há uma harmonia natural e necessária para a transição e sobrevivência desta entre inverno e verão. Algumas vegetações conseguem manter a coloração verde o tempo todo, como é o caso do juazeiro, umari, canafístula, oiticica, mandacaru e xiquexique. A Figura 1 apresenta árvores do sertão cearense, denominadas juazeiro e jurema preta.



Figura 1 - Árvore Juazeiro e Jurema preta

Fonte: Soares, 2011.

No verão a paisagem mostra-se rústica, desolada e seca, com alguns raros pontos verdes. A caatinga derruba as folhas e acinzentase como se tivesse morta, mas bastam as primeiras chuvas para que se renovem e as folhas surjam transformando a paisagem sertaneja. Segundo Queiroz (1996, p.49) “a semântica local é, porém, peculiar: inverno não quer dizer tempo frio, mas tempo de chuvas; verão é a

estação seca, durante a qual quase não chove, ou nunca chove”. Outro vegetal que se apresenta adaptado ao sertão semiárido é o umbuzeiro, de grande importância para o sertanejo e o gado, pois serve de alimento. Logo nas primeiras chuvas, geralmente nos meses de março, ressurgem a natureza que antes parecia morta, aparecendo o verde da caatinga. Passam-se alguns meses de chuva e a seca volta a desolar a vida das plantas, animais e do homem que inventa estratégias para se adaptar a estação da seca e superar as dificuldades do Sertão.

O Sertão sempre é uma região de contrastes, de climas extremos, de natureza rude. Alguns autores descrevem o Sertão e a vida do sertanejo com certa aproximação da realidade vivida por quem nesta região vive. Euclides da Cunha descreve em os Sertões, Guimarães Rosa em Vidas Secas, João Guimarães Rosa em o Grande Sertão Veredas, os contos de Sagarana e novelas como Noites do Sertão e o filme de João Cabral de Melo Neto com “Vida e morte Severina” retratam o modo de vida do sertanejo, o matuto, o homem do Sertão semiárido. O filme mostra a vida rude e violenta, do jagunço das caatingas, “os cangaceiros” apresenta a vida difícil e dominada pelas substancialidades descritas e que caracterizam o sertanejo. Nesse sentido Marcílio (1986, p. 17) ressalta que “tamanho foi à crueldade usada pelos conquistadores de sertão e pelos fazendeiros, que os sucederam, que a consequência natural foi o surgimento de uma população violenta, revoltada, embora aparentemente apática, submissa, e muitos sem esperança. A figura do jagunço revive a revolta de um povo espoliado”. Músicas como a Asa Branca, Açu Preto, Carcará e Maringá são formas de divulgar e recuperar as dificuldades da vida do homem do Sertão das secas, são quase hinos oficiais no sertão, é onde o sertanejo que vive em outros lugares do país e ao ouvir a música se reconhece lembrando a difícil vida do Sertão.

O Sertão cearense quase desconhecido

O Sertão cearense começa a aproximadamente uns cinquenta quilômetros do litoral, sendo terra de pastoreio com predomínio do pastoreio e da agricultura. O sertanejo cultiva a mandioca, feijão, milho, sendo estes conhecidos como legumes e o algodão para exportação. A população é constituída por caboclos, de peles castigadas pelo sol

abrasador, de descendência de índios e da miscigenação entre branco e negro. No Sertão é comum encontrar grande quantidade de pessoas por família, algumas chegando a ter dez e até mais membros, sendo que muitos desses não têm acesso à escola e trabalham quase sempre na terra com a agricultura e a pecuária. Em observações de campo no sertão de Sobral constatam-se peculiaridades da vida sertaneja tais como: conformismo, atribuição a Deus aos problemas sociais. É comum ouvir ainda a expressão “foi vontade de Deus” ou “se Deus quiser”. A Fig. 2 mostra a localização de Sobral no sertão cearense e nordestino e em especial a área de sertão do Nordeste e do Ceará.

A moradia do sertanejo que habita “na roça” e não é proprietário de terras, é quase sempre casebres feitos de madeira e barro, construído a mão, as casas “de taipa” sem reboco, cobertas de palhas ou telhas, geralmente de chão batido. As casas quase sempre são móveis, ou seja, quando necessário o sertanejo desfaz a casa e carrega todo o madeiramento, as forquilhas das paredes e as linhas do teto, e constrói casa nova perto do novo roçado ou do acesso à água e ao transporte. Algumas habitações comuns são de taipa no sertão sendo que em muitas delas a precariedade é visível e a condição em que as famílias se encontram é de extrema pobreza. Como diz Chacon (2007, p. 230),

A casa tradicional do Sertão é isolada no meio da Caatinga. Existem algumas casas de alvenaria, mas ainda a maioria é de taipa. As condições de acesso à água e saneamento variam muito, mas a maior parte das casas ainda se apresenta de forma muito precária. As famílias que contam com a renda de mais de uma pessoa aposentada conseguiram melhorar a infraestrutura das casas, que possuem banheiro e água encanada. A energia chega para quase todos, assim como a conta que nem todos podem pagar.

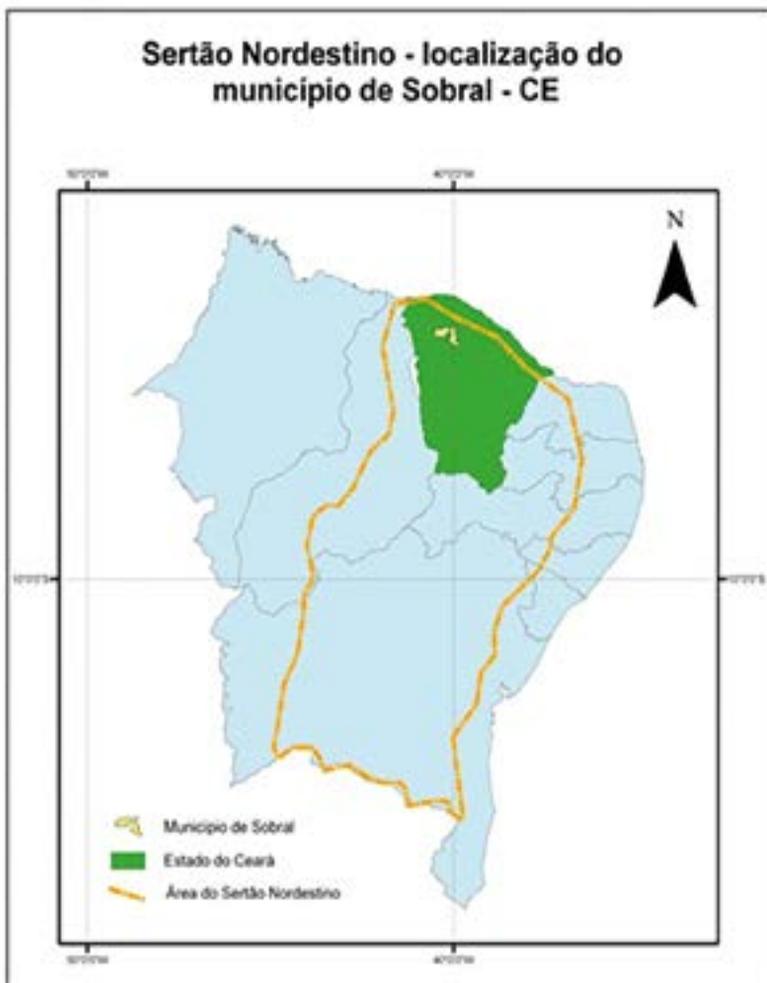


Figura 2 – Sertão Nordestino com Identificação de Sobral

Fonte: Adaptado pelo pesquisador da SUDENE, 2001.

A tecnologia está presente, mesmo com a precariedade nas habitações, mas em algumas habitações no Sertão é comum encontrar antenas parabólicas, televisores, com imagem colorida, tela plana em lugar mais que reservado em algum compartimento da residência. No entanto, no bom inverno, cacimbão, cisterna e água encanada facilitam

a vida dos sertanejos que tem boas condições econômicas. Os avanços tecnológicos ajudam diminuir a dependência dos fatores climáticos, com construções de reservatórios d'água, e poços profundos, com replantio de espécies da caatinga, assim o armazenamento ou a deslocação de água. Os sertanejos pobres continuam sem terra, sem técnica e dependente das chuvas. A Convenção das Nações Unidas de Combate à Desertificação e os efeitos da Seca proclama que a desertificação significa a degradação de terra nas zonas áridas, semiáridas e subúmidas secas, devido a fatores, como variações climáticas ou atividades humanas. A seca não pode ser evitada, no entanto, podem ser tomadas medidas que minimizam os efeitos da falta d'água. O clima semiárido e a caatinga não são inéditos. Ao longo dos anos a imagem negativa da Caatinga foi se consolidando, reforçada por políticas paternalistas que enfatizavam a ideia de ambiente miserável, desvalorizando os ecossistemas do bioma, dotado de menos pesquisa e menos investimentos que os demais ecossistemas. Na última década academias, Embrapa Semiárido e Instituto Nacional do Semiárido (INSA), por meio de pesquisas estudam o clima e a vegetação do semiárido com a descoberta de tecnologias sociais que têm promovido mudanças significativas nas vidas de muitos sertanejos. As figuras 3, 4, mostram habitações comuns no sertão cearense e alguns meios utilizados para a sobrevivência na região: a energia, a antena parabólica que anuncia a TV.

No período do Inverno o trabalho se intensifica, é tempo de limpa do roçado para retirada da vegetação nativa que cresce e de realização do plantio e apanha do legume. No verão, ao contrário do inverno é tempo de descanso, construir moradias realizar as festas religiosas e fazer romarias. O sol brilha mais intenso, as noites são mais amenas. É o verão o tempo mais apreciado pelo sertanejo, é o tempo da colheita proporcionada pelo inverno e recompensa do trabalho: feijão, milho e arroz. Diz AB'Saber (2007, p.91) que:

Para o cotidiano do sertanejo e sobrevivência da família o fator interferente mais grave reside nas irregularidades climáticas periódicas que assolam o espaço social dos sertões secos. Na verdade, os sertões nordestinos não escapam a um fato peculiar a todas as regiões semiáridas:

a variabilidade climática. Assim, a média das precipitações anuais de um lugar qualquer serve apenas para normatização e referência, em face de dados climáticos obtidos em muitos anos.



Figuras 3 e 4 - Habitação de alvenaria - casa de taipa e a presença da tecnologia

Fonte: Soares, 2011

O Sertão apresenta topografia plana é uma depressão e nela encontram-se os maciços residuais, relevos ondulados, são exceções como a Serra da Meruoca e Rosário ao Norte do Estado do Ceará que se apresentam como verdadeiras “Ilhas” meio a depressão sertaneja. Há grande diversidade de solos, desde rasos aos mais profundos, havendo assim grande incidência de afloramentos rochosos apresentando pedregosidade superficial. Segundo Souza (2005, p. 129) nas áreas sertanejas, a pequena espessura dos solos e a grande frequência de afloramentos rochosos e solo pedregosos constituem propriedades típicas do ambiente semiárido das caatingas. A ocupação desordenada áreas sertanejas, as queimadas que destroem os nutrientes do solo têm contribuído para que as condições naturais cada vez mais sejam agravadas. Na visão de Andrade (2006, p.19),

Problema desse tipo muitas vezes relacionado ao desejo de lucros rápidos tem contribuído para agravar as condições naturais e a intensificar a degradação dos solos pobre em matéria orgânica, muitas vezes poucos espessos, e quase sempre com grande declive como acontece de forma elevada nas encostas das serras em meio ao sertão.

No sertão o crescimento ocorre sem desenvolvimento, pois embora enriqueça alguns latifundiários que são pecuaristas empobrece cada vez mais o trabalhador que labuta a terra e o gado como forma de sustento familiar. De acordo com Oliveira (2006, p.96), no Sertão a relação com a terra acontece regulada de maneira especial, respeitando a simultaneidade de diferentes modalidades de uso da terra, uso comum, uso coletivo, uso individual (familiar) e, ainda, a prática de ajuda mútua. Do ponto de vista de Silva (2006, p. 51) o sertão em proporção menor, também sofre influencia dos grandes grupos corporativos. Poucas indústrias se interiorizam, e nas cidades sertanejas onde elas se alocam provocam fluxos migratórios em busca de empregos como ocorre em Sobral. De acordo com Santos (2002, p. 58), é o lugar que atribui às técnicas o princípio da realidade histórica, revitalizando o uso, integrando-as num conjunto de vida, retirando-

as de sua abstração empírica e lhes atribuindo efetividade histórica. Das inúmeras representações atribuídas ao sertão uma se destaca como figura chave, o vaqueiro, homem de vida dura e não fácil. Segundo Marcílio (1986, p. 20) o vaqueiro se ocupa assim:

Passa o dia ocupado em amansar e ferrar bezerros, queimar os campos na estação própria, matar onças, cobras, morcegos, abrir cacimbas e bebedouros, marcar vacas com crias e vigiá-las para que não escondam os filhotes e torne-os selvagens, matar varejeiras, reunir a boiada, correr atrás do gado tresmalhado, preparar a roça rudimentar nas vazantes.

Essas funções ainda são executadas pelos vaqueiros que habitam o sertão. O vaqueiro, homem de coragem, em cima de um cavalo arriado, de gibão e chapéu de couro adentra a caatinga sem temer o perigo, passa vários dias à procura do gado em meio à vegetação rala e seca, a caatinga. Contemporaneamente verifica-se que alguns vaqueiros assumem as inovações da vida moderna e assim vê-se alguns deles sobre motos tangendo o gado, a máquina substituindo o tradicional cavalo. A modernidade chega ao sertão, ao meio rural e assim o sertanejo em especial o vaqueiro aos poucos assimila novas culturas e um costume tem invadido o sertão a troca do jumento e cavalo por bicicleta ou motos.

A seca é sempre esperada, pois é um fenômeno cíclico e temida pelo sertanejo pois causas prejuízos, muitos veem rebanhos dizimados como a de 2012 e 2013, muito maior que a de 1915, que levou a escritora cearense a escrever em 1930, o livro Clássico, *O Quinze*, que narra cenas e episódios da região Nordeste, como a procissão do retirante para pedir chuva. O sentido reivindicatório da escritora, entretanto não traz soluções prontas, preferindo apontar os males da região com observação narrativa. Em *O Quinze*, primeiro romance de Rachel de Queiroz, a autora exprime intensa preocupação social, apoiada em análise psicológica, especialmente do homem nordestino, sob pressão de forças atávicas que o impelem à aceitação fatalista do destino. A autora discute a seca, a ação do coronelismo mostrando que não há total separação entre ricos e pobres, e esta fusão é feita

mostrando a personagem Conceição que pertence aos dois mundos. Raquel evita fazer dicotomia entre pobres e ricos entre bons e maus não apontando inocentes e culpados.

A literatura sobre o sertão mostra assim o difícil cotidiano, anunciando assim os sinais que a prenuncia. Pedras de sal deixadas ao relento são formas utilizadas pelo sertanejo para saber se vai chover ou não. Segundo Marcílio (1986, p. 21) “são deixadas um número de seis pedrinhas de sal ao relento, se amanhecerem intactas já pressagia seca certa, e se a primeira diluir com o sereno da noite é chuva certa em janeiro e com a diluição da segunda as chuvas serão em fevereiro”. Se estas previsões não são concretizadas ainda há uma outra forma de verificar se haverá chuvas e o sertanejo não perde a esperança. Espera-se ate o dia do padroeiro do Ceará - São José – 19 de março, desmonstra outro sinal de inverno ou não, esperado mesmo pelos protestantes. Essa crença predominante na cultura do sertanejo tem significado científico, visto que esse dia coincide com o Solstício no hemisfério Sul. Isto comprova que observações e costumes do senso comum, crenças dos sertanejos são frutos de observações aguçada sobre a natureza, o que vale lições preciosas. Nesse sentido Chancon (2007, p.237) referindo-se a religiosidade do sertanejo mostra que:

A religiosidade é um forte no sertão, independente da crença, a fé em Deus é ainda um referencial para todos. As casas, por mais simples que sejam, têm sempre nas paredes muitos quadros de santos, misturados com velhas fotografias de família, já amareladas com o tempo. A exceção vai para casa dos seguidores das igrejas protestantes que proliferam em todo o sertão. Essas novas crenças tem ajudado a desaparecer o velho costume de roubar a imagem de São José para fazer chover. O dia de São José, não é esquecido no Sertão. Se não chove até o dia 19 de março, as esperanças de um bom inverno se acabam.

O inverno começa entre janeiro e março e o equinócio de 22 de março é considerado o limite extremo para o início. Segundo Queiroz

(1996, p. 50),

As chuvas devem ir até maio, no máximo junho, “os fins- d’água”. Julho já é o franco final de colheitas de legumes, o começo da apanha do algodão. Nas fazendas apontam-se as vacas de bezerros, se solta o gado-outrora nos campos abertos, hoje nas grandes mangas ou cercados de arame. A economia do agricultor cearense se baseia e prepara-se nessa dualidade meteorológica.

Nos açudes armazena-se água do inverno, a pastagem surge e desenvolve-se em terrenos abertos, que brota naturalmente ao sol. Quando acontece a colheita nos roçados fica a palha que é considerada ração preciosa para o gado. Nesse período vale tudo, é momento de agradecer, é quando os santos milagrosos são evocados, acontecem as procissões, ladainhas e velas são acesas, solicitando aos santos um bom inverno. Se percebido que vai haver seca, o sertanejo logo cavar buracos na terra a procura d’água. Os mandacarús, as folhas verdes do juazeiro servem de alimento para o gado faminto, o obró enche ilusoriamente a barriga, e o xiquexique serve de alimentação para o sertanejo, pois conserva água e nutrientes do solo. A macambira de galhos duros é queimada para poder encontrar no interior da planta o que comer. Esgotando essas fontes de alimentação a próxima atitude do sertanejo é quase sempre retirar-se do sertão, migrar para outros lugares, geralmente temporário e quase sempre para o litoral e cidades próximas, passando a viver muitas vezes em péssimas condições de vida, sofrendo necessidades. Muitos voltam para o local de origem com a chegada das chuvas, mas grande parte acaba migrando para cidade grande se não para as metrópoles e não voltam mais para morar apenas para passear.

O turismo sertanejo no Ceará

O sertão cearense é um espaço repulsivo diferente, portanto do rural no sul do Brasil, que é atrativo pelo clima e produtividade. Em lugares onde o campo não é prioridade, pois o modelo de

desenvolvimento é urbano, industrial, e o campo ou espaço rural é quente e seco e não há políticas públicas para o desenvolvimento do sertão fica difícil desenvolver o turismo. Na zona semiárida do Ceará, a estrutura desigual do Nordeste é reproduzida de forma mais acentuada, a situação é agravada pela presença de latifúndios. No semiárido, o acesso a terra é feito por formas precárias (parceria, por exemplo), caracterizando maior instabilidade, e se registra maior presença de grandes posseiros em comparação com o resto do Nordeste (GRAZIANO DA SILVA, 1998). No sertão as velhas estruturas socioeconômicas e políticas têm na base fundiária um de seus principais pilares de sustentação.

O turismo em espaços do sertão é indicador de lugares diferenciados em meio ao sertão, onde há fazendas com os proprietários residindo, onde há cuidados e políticas e em especial espaços para o turismo de aventura os ralys, e ecoturismo. A oferta no sertão atenta para as peculiaridades dos lugares, assim, um incipiente turismo. A reestruturação produtiva das últimas décadas da economia do Ceará impõe novas políticas e ações baseadas em organizações de empresas, em redes de estratégias de desconcentração, atingindo maior número de lugares na expansão do capital, e nesse processo, a área em foco – o Ceará vê no turismo oportunidade de crescimento da economia. Assim, o sertão cearense, associado a vazio, descaso, carências de serviços e capitais, secas e baixa produtividade, também passa por reestruturações explicadas por Graziano da Silva (1998) como novo rural com processo de urbanização, implementação de infraestrutura de transportes e comunicação, bem como com aquisição de serviços urbanos básicos, como energia elétrica, saúde, educação, acrescenta-se o lazer. O sertão amplia o leque de atividades, para além da produção agropecuária, com destaque das áreas sertanejas, mas o turismo chegou apenas a algumas áreas, com o seguimento ecoturismo para visitas a florestas de caatinga como na Serra das Almas, em Crateús; para ver o Cañon do Rio Poti na divisa com o Piauí; ou fazendas típicas do sertão cearense. O turismo sertanejo evidencia significativa participação de atividades não agrícolas, e, em contrapartida, torna complexa a compreensão do fenômeno turístico, bem como a própria relação sertão turismo. O entendimento do turismo rural implica pensar o universo associado das escalas temporais e espaciais, e a produção segmentada da atividade.

Nessa perspectiva, o turismo sertanejo como segmento dinâmico e emergente oferece possibilidades às economias rurais diversificando produtos e serviços no campo.

O processo de urbanização e acentuação do uso de tecnologias e ciência, no campo, evolui na ampliação de serviços tipicamente urbanos no meio rural, e o turismo é sintomático. Serviços anteriormente executados expressivamente na cidade são alocados no campo sertanejo, corroborando a criação de pequenos núcleos urbanos e profusão de objetos citadinos no espaço rural, como eletrodomésticos. O computador e a televisão, e motocicleta aceleram a integração campo/cidade, proporcionando livre acesso a informações, bem como comunicação rápida. As vias de acesso corroboram também a intensificação da relação complementar do campo e da cidade.

A interlocução criadora entre cidade e campo, em permanente mutação, mais recente em países emergentes, dada a atuação durante longo período como economias exportadoras de matérias-primas, volta-se às atividades agrícolas e extrativistas, ou formação socioespacial produzida sobre bases colonizadoras. A submissão historicamente construída a países desenvolvidos e as culturas locais exógenas desenvolveram diferenciadas maneiras de consumo e produção entre nações. As diversidades e semelhanças econômicas, culturais, políticas e espaciais assumem forma e conteúdo não apenas no mundo urbano, mas também no rural. O campo se descortina ao mundo urbano e abriga variáveis deste. E assim, gradativamente, a “urbanização do campo” se consolida, contribuindo para expansão dos tentáculos das cidades aos longínquos rincões agropecuários, que, em última análise, compromete e subverte a cultura rural fundada em valores solidários, laços de parentesco e comunicação particular. Contudo o sertão detém valores, é o lugar que testemunha a produção coletiva da cooperação e comunhão, com características diferenciadas de relações sociais elaboradas nas cidades, sobretudo grandes cidades. A “urbanização do campo” impulsiona metamorfoses na essência do espaço rural, embora não se extinga por completo o fulcro que o dota de singularidade. Daí dizer Santos (2002, p. 255) que a ideia de “urbanização do campo”, é noção controversa, que “significa processo de mudança das relações sociais, mas também do conteúdo material do território”. Trata-se, na

verdade, da “urbanização do território”, como mudanças interglobais que participam da totalização engendrada pelas reações e involuções do presente, com marcas do passado e tendências apontadas, no campo e na cidade. Porém o campo evolui de maneira quase que autônoma resguardando as especificidades que, em última análise, representa eclipse parcial no espaço rural dos nexos modernos abundante nas cidades, apesar de ser alvo de novos objetos técnicos produzidos. Lefebvre (2001) afirma que o campo é lugar de produção e de obras e que a produção agrícola cria produtos e a paisagem derivada é uma obra. “Esta obra emerge de uma terra lentamente modelada, originariamente ligada aos grupos que a ocupam através de uma recíproca sacralização que é a seguir profanada pela cidade e pela vida urbana” (LEFEBVRE, 2001, p. 65). O turismo, atividade tipicamente urbana cada vez mais invade o espaço rural e o sertão. E assim, não só a agricultura fabrica os produtos que engendram a obra; as atividades não agrícolas e, em particular, o turismo somam-se na produção da paisagem rural e sertaneja acirrando a propagação do urbano no meio rural.

A paisagem rural abriga objetos e ações urbanas, decantadas pelo prisma dos sujeitos do campo que constroem a história do mundo rural no cotidiano, tendo como fonte primária a terra, e como energia a relação intersubjetiva homem-terra. As famílias e as técnicas rurais não desaparecem por completo, devido à resistência dos homens que trabalham com ela ou por serem guardadas como uma espécie de memória (como nas fazendas modernizadas). Trata-se de mudanças e não de fortes rupturas que convergem para o extermínio do campo. Assim, a relação campo/cidade se estreita, condicionada pela modernização circundante e ampliada pelo império da acumulação do capital que se serve cada vez mais de ciência, de serviços originariamente urbanos e de informações. No entanto, o campo não se define, apenas não existe pureza imanente possível que se perpetue; oscilações e transformações são irremediáveis no mundo acelerado. A cidade também se transforma. Ao passo que a urbanização das grandes cidades, pouco a pouco, se aproxima do clímax metropolitano, ou até mesmo gera megalópoles com poder de decisão e concentração de ciência, técnica e informação, o campo é parte importante do processo, pois a complexidade técnica, no seio da cidade, nos centros universitários, foi transportada,

combinada desigualmente ao espaço rural; ao mesmo tempo em que dependia do espaço rural: produção de alimentos, inclusive da geração do proletariado de reserva, a população imigrante. A essa relação Milton Santos (2002) chamou de “acontecer complementar”, fruto da necessidade de ampliação das ligações e trocas entre as forças espaciais produtivas: campo e cidade.

Portanto, no limite, a superação da contradição sertão campo-cidade está longe de acontecer. Está aí também a possibilidade de emancipação humana, pois quebrar o eixo de sustento do sistema capitalista significa edificar nova sociedade e novo espaço, onde a solidariedade e a cooperação fundem todas as escalas da coexistência material e imaterial. Se não há uma superação completa e insuflada na relação campo-cidade, ao menos se tem convergência relativa, múltipla e instigante das funções, ações e objetos de ambas as esferas, ora de forma áspera, ora dialógica. Assim, cidade e campo no sertão unem-se dialeticamente.

Para não concluir

O sertão é região de contraste, que enfatiza problemáticas políticas e ambientais. Embora domine duras condições da vida, conformismo, pobreza e costumes rurais, muitos ainda atribuem a Deus os problemas sociais, sendo comum ouvir a expressão “foi vontade de Deus” ou “se Deus quiser”, há grupos conscientes e esclarecidos que lutam e clamam por mudanças e por justiça social. Apesar de existir um Plano de Ação do Governo Federal de criação de Territórios da Cidadania, o sertão está longe de ser visto e tratado como espaço de cidadãos, a prova disso são as consequências da seca que atinge todo o sertão do ceará e não há medidas para sanar os efeitos da seca por parte de governo federal. Essas constatações levantam a discussão sobre as políticas públicas direcionadas ao sertão e espera-se que essas reflexões sirvam de ponto de partida para a formulação de políticas públicas coerentes com a realidade sertaneja, dentre elas as da terra, água trabalho e lazer.

Bibliografia Consultada

AB’SABER, A. N. **Os domínios de natureza no Brasil:** potencialidades paisagísticas. 4. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

ANDRADE, Manuel Correia de. Sertão ou Sertões. In: SILVA, José Borzacchiello da; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia; ZANELLA, Maria Eliza Zanella; Antônio Jeovah de Andrade (orgs.).

Litoral e Sertão, natureza e sociedade no nordeste brasileiro - José Borzacchiello da Silva et. al. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2006.

CHACON, S. S. **O sertanejo e o caminho das águas**: políticas públicas, modernidade e sustentabilidade no semi-árido. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2007.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. (2007): A Utopia da Sustentabilidade no Turismo. In: _____; Vasconcelos, F. Perdigão, **O Turismo e a Relação Sociedade-Natureza**: realidades, conflitos e resistências. EDUECE, Fortaleza.

GRAZIANO DA SILVA, José. Políticas não agrícolas para o novo rural brasileiro. **Anais Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural**. Brasília, SOBER. 1998

LEFEBVRE, Henri: **O direito à cidade**. São Paulo, Centauro, 2001.

MARCÍLIO, M. L. O sertão pecuário na época colonial. In: SILVA, J. V. **A Igreja e a questão agrária no Nordeste**. São Paulo: Paulinas. 1986.

OLIVEIRA, A. M. de. Camponeses tecendo saberes no sertão: o uso comum das terras soltas. In: SILVA, J. B. da; DANTAS, E. W. C.; ZANELLA, M. E. Z.; ANDRADE, A. J. de (Orgs.). **Litoral e sertão, natureza e sociedade no nordeste brasileiro**. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2006.

QUEIROZ, R. de; SALEK, M. L. **O nosso Ceará**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1996.

SANTOS, Milton. *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. 4. ed. EDUSP. São Paulo, 2002.

SILVA, J. B. da; DANTAS, E. W. C.; ZANELLA, M. E. Z.; ANDRADE, A. J. de (Orgs.). **Litoral e sertão, natureza e sociedade no nordeste brasileiro**. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2006.

SOUZA, M. J. N. de. Compartimentação geoambiental do Ceará.

In: SILVA, J. B. da; CAVALCANTE, T. C.; DANTAS, E. W. C.; SOUSA, M. S. de et. al. (Orgs.). **Ceará**: um novo olhar geográfico. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2005.

TURISMO, DISCURSO E IDEOLOGIA SAUTERING: ESCRITAS DE CAMINHADAS DE HENRY THOREAU E AS MODERNAS NARRATIVAS DE VIAGEM

Profa. Dra. Sandra Maia-Vasconcelos¹⁷

Profa. Dra. Maria Leidiane Tavares¹⁸

Introdução

Fazer viagens é viver múltiplas presenças em diferentes lugares. É assumir de si mesmo um projeto de conhecimento a partir da experiência que se ganha a cada dia, a cada passo que se dá a distintas direções. As ciências que se dedicam a estudar os fenômenos que compreendem os deslocamentos de pessoas, por quaisquer motivos que sejam, tais como a Turismologia, estendem suas plurais teorias a uma infinidade de possibilidades temáticas. Por vezes dedicada a estudar o fenômeno viagem, por vezes o receptivo, ou seja, no ir e vir de pessoas que se deslocam de cidades – ou países – em busca de conhecer novos horizontes, novas paisagens, novas pessoas, um *modus vivendi* que somente a experiência etnológica pode promover. Por assim dizer, o conhecimento de paisagens e arquiteturas naturais ou antrópicas tem levantado a curiosidade de toda a humanidade desde que se tem notícia da raça humana.

17 Doutora em Sciences de L'Education pela Universidade de Nantes - França. Bolsista de Pós-Doutorado Sênior do CNPq. Professora associada do Departamento de Letras Vernáculas da Universidade Federal do Ceará (DLV-UFC) e professora colaboradora do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará (MPGNT-UECE). Líder do Grupo de Estudos em Linguística e Discurso Autobiográfico (GELDA-UFC-DGP/CNPq). sandramaiafv@gmail.com

18 Doutora em Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará (PPGL - UFC). Professora substituta do Departamento de Letras Vernáculas da Universidade Federal do Ceará (DLV-UFC). Pesquisadora do Grupo de Estudos em Linguística e Discurso Autobiográfico (GELDA-UFC-DGP/CNPq). mleidianet@gmail.com

Ao longo dos milênios, desde o surgimento do homem, histórias de viagens vêm sendo transmitidas de geração em geração condicionando o que podemos chamar de transmissão intergeracional de conhecimento de mundo. As mais antigas obras literárias de que se tem notícia já traziam em seu bojo a noção de viagem, viagem como concepção de conquista, de poder. Assim se deram as civilizações desde a idade antiga, num ensejo de desbravar mistérios reais ou imaginados. Neste âmbito podemos nos remeter às odisséias gregas, aos poemas medievais de Luís de Camões e bem mais modernamente aos escritos de viagens das Cruzadas e das Missões.

Freitas (2010) em sua dissertação de mestrado tratou sobre as cartas dos navegantes, enfatizando especificamente a Carta de Pero Vaz de Caminha, escrivão-mor da Brigada de Pedro Álvares Cabral. A autora definiu que a escrita de Caminha sobre a viagem foi uma escrita designada e se constituía uma autoria circunstancial. Partindo dessa prerrogativa, nasce-nos a questão que dirigiui esse estudo, a saber: como se constitui a ideologia *sautering* na obra de Henri Thoreau e como essa ideologia define a imagem de turistas que os viajantes intencionam mostrar em redes sociais?

Isto posto, este estudo pretendeu compreender os processos de constituição da ideologia *sautering* atribuída a Henri D. Thoreau, em sua obra *Excursions* (1863), traduzida em português como *Andar a Pé* (1950) e sua relação com as viagens modernas, tendo em vista a imagem que os viajantes expõem nas redes sociais. Thoreau foi um dos mais conhecidos ativistas naturalistas do século XIX. Ficou célebre pela coerência entre seu discurso e ações e seu lema maior: “O melhor governo é o que nada governa”. Nesta obra o autor discute o sentido ideológico de *sautering* – a arte de fazer passeios a pé. Temos como foco a análise do olhar que o viajante porta sobre a paisagem quando conta as experiências de andante, a partir da perspectiva de Thoreau.

Do Conceito de *Sautering*

É pertinente que mostremos os sentidos de *sautering*, utilizando-nos da voz de Thoreau no início de sua obra:

- Palavra esplendidamente derivada de ‘pessoas vadias que

erravam pelo país, na Idade Média, e pediam esmola sob pretexto de irem à la *Sainte Terre* 'à Terra Santa, até as crianças exclamarem 'Lá vai um *Sainte-Terrer*', um 'Saunterer', um da Terra Santa (THOREAU, 1950, p.3).

Partindo dessa explicação sem referência específica, mas de grande riqueza cênica, Thoreau argumenta, ainda, que aqueles que “nunca vão à Terra Santa nas suas peregrinações” são considerados como “vadios e vagabundos”; em contrapartida, aqueles que chegam até lá são os verdadeiros “saunterers”, considerando o bom sentido que o autor apregoa ao termo, em outras palavras, aquele que planeja com exatidão sua viagem e chega a seu destino, dentro do prazo e da perspectiva que planejou, ou o que podemos considerar hoje, sem recorrer a específicas conceptualizações, o turista. Ao contrário do conceito de vadios ou vagabundos, a noção de viajantes – tomada de muito menos injunção de cunho negativo – é hoje vista como alguém que atingiu um certo patamar econômico que lhe permite fazer passeios para além de seu quintal e aventurar-se a conhecer outros lugares e outras civilizações com a garantia de boa hospedagem, boa comida, lugares salubres etc.

Nasce daí nosso interesse em aprofundarmo-nos no conceito de *sautering* levando em conta as posturas ideológico-discursivas que atualizam a noção de andarilhos – desde os diários de viagem englobando as viagens exploratórias dos descobrimentos – até os *posts* virtuais de nosso século XXI, em que as imagens tomam proporções muito grandes e ocupam mais espaço que os relatos propriamente ditos.

Partindo dessas percepções de Thoreau, esse estudo analisou, pelo viés da Análise do Discurso, a obra *Andar a Pé* e confrontou as ideologias aí presentes às ideologias modernas das experiências pedestres de turistas relatadas em blogs de viagens e redes sociais diversas, a saber, Facebook, Instagram. Foram considerados apenas relatos concernentes aos objetivos do estudo, levando-se em conta as construções discursivas verbais e não verbais, a fim de constituirmos a ideologia presente nas postagens e confrontarmos à ideologia defendida por Thoreau. Nesse sentido, o processo fundamental de investigação etnometodológica é o mais adequado, uma vez que o pesquisador, também um ator social do mundo, deve ser parte universo que investiga, a fim de compreender

o ponto de vista que fundamenta as ações que se propõe a descrever. No âmbito da nossa pesquisa, tal corolário não poderia ser mais verdadeiro: percebemos o fenômeno das narrativas de si emergindo nas interações no Facebook e no Instagram ao tomarmos parte dessa rede e comungarmos da prática que agora pretendemos descrever.

O fenômeno que se tornou visível para nós emergiu dos movimentos e ações que praticamos como atores interessados em um universo de sentidos no qual estamos imersos, visto que somos parte do contingente de pessoas que incorporaram as redes sociais ao seu cotidiano, incorporação cada vez mais acelerada pela difusão das tecnologias digitais móveis¹⁹ – embora não possamos cair na esparrela de afirmar que há uma completa e irrestrita democratização desse acesso²⁰. Nosso interesse, no entanto, não é descrever as redes sociais, nem o alcance socioeconômico do acesso à Internet, mas estabelecer uma comparação entre as formas de apresentar-se em experiências de *andanças* entre a narrativa de Thoreau e as postagens sobre andanças nas redes sociais, relatando não somente como observadores de uma realidade, mas como viajantes usufruindo da nossa experiência como participantes da rede.

A perspectiva de que tratamos neste estudo levou em conta as descrições bastante específicas de Thoreau no que diz respeito aos seus caminhares pela natureza, momento em que o autor e *flâneur* se dedica a reinventar a natureza. Vemos no trecho (p.5) “Para reportar-me à minha experiência própria, meu companheiro e eu (...) nos divertimos em nos imaginar dignitários de uma nova, ou melhor, de uma velha ordem – que não é a dos Equêstres ou Cavaleiros, nem a dos Ritters, mas a dos Andarilhos, uma classe mais antiga e honorável, espero”. Thoreau não se poupa em declarar com frequência em obra que caminhar é uma arte nobre. Imprime-nos claramente o autor que a nobreza da arte de caminhar, de ser andarilho, é, embora nobre, um privilégio de poucos.

19 Cada vez mais brasileiros acessam a internet via smartphone. http://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2014/09/30/interna_tecnologia,574196/mais-de-80-de-brasileiros-com-smartphone-usam-redes-sociais.shtml (Acesso em 30 set 2014)

20 Cerca de 100 milhões de brasileiros ainda não têm acesso à internet. <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/numero-de-brasileiros-com-acesso-a-internet-cresce-7> (Acesso em 30 set 2014)

Afirma o autor: “Nenhuma fortuna é capaz de comprar os requisitos lazer, liberdade e independência, que são essenciais nesta profissão [de Andarilho]” (p.5)

Com certa ironia e aparente sarcasmo, Thoreau indica ser uma graça divina poder ser um andarilho, como se houvera uma “família dos Andarilhos” (p.6). Dessa perspectiva do andar a pé, descrever o mundo por onde passamos e onde vivemos é descrever as ações práticas que são realizadas em nossas vidas cotidianas, de maneira tal que os contextos e os lugares sociais passam a ser considerados “uma obra sempre em aberto, não mais um quadro passivo que apenas circunscreve ações preestabelecidas por normas também preestabelecidas” (FREITAS, 2015, p. 76).

Thoreau se remete à prática *sautering* como uma necessidade também de conservar a saúde física e espiritual, embora não seja este seu objetivo primeiro. O autor reafirma a todo momento de seu relato que a graça das andanças está no borbulhar da vida nos prados e campinas. Aludindo à profissão de caixeiro, Thoreau declara que jamais poderia permanecer como este profissional, sentado o dia inteiro “como se as pernas tivessem sido feitas para sobre elas nos sentarmos e não para sobre elas ficarmos de pé e caminharmos” (p.7). A extensão de suas observações se ampliam para reflexões que concernem não somente as benesses da caminhada aludidas como detentoras de prazer e promoção de saúde, indo inclusive aos comentários generosos sobre o quanto as mulheres – “que permanecem em casa mais que os homens” (p.8) – conseguem suportar a dura situação de não sair às ruas sem destino em caminhadas a admirar a “glória da arquitetura” vigilante das cidades. Além disso, Thoreau afirma que viver muito ao ar livre gera “uma cutícula mais espessa”, porém viver trancado pode causar uma lisura da pele. O autor, deste modo, defende que o meio termo será o remédio natural.

Referindo-se a experiências de viagens e andanças, Thoreau argumenta que perscrutar estradas e caminhos ajuda o andante a ver com maior acuidade a realidade da terra, os cheiros e gostos. O “panorama não tem dono” (p.15), nos afirma Thoreau, ao mesmo tempo vaticinando os dias em que a terra será um grande loteamento, propriedade de poucos,

destes poucos que inventaram as estradas e as porão como únicos caminhos a trilhar. Num *designatum* de ricos detalhes, o autor lamenta que no futuro o caminhar “sobre a superfície da terra de Deus implicará em trespassar os limites de algum cavaleiro” (p.15).

Ao longo de sua obra, Thoreau vai desafiando descrições de paisagens múltiplas da América do Norte e de suas impressões patriotas que o levam a declarar que nem mesmo Adão no Paraíso tivera tamanha beleza a seu dispor. Ao narrar suas andanças como um Credo, Thoreau exhibe a paisagem em esplendor poético, como na passagem:

Gostaria que todos os homens fossem tanto como um antílope selvagem e tanto uma parte e parcela da natureza que a sua própria pessoa anunciasse aos nossos sentidos a sua presença e nos lembrasse dos setores da natureza que mais frequentaram (THOREAU, 1950, p.27).

Descrições como tais são raras, quiçá inexistentes em postagens internauticas, eivadas, na verdade, de uma elipsização marcante, própria das redes sociais, em que interessa ao usufrutuário a comunicação por meio muito mais da imagem que da palavra descritora. É o que veremos na seção a seguir.

A presença do sujeito no cenário turístico

A composição a que nos referimos nessa epígrafe, cantada por Paula Toller, nos tempos do Kid Abelha, trazem uma abordagem bastante interessante do que representam hoje as viagens:

Leio os roteiros de viagem/ Enquanto rola o comercial/ Conheço quase o mundo inteiro/ Por cartão-postal/ Eu sei de quase tudo um pouco/ E quase tudo mal (ABELHA, 1984) .

Roteiros de viagem lidos no elevador, cartão postal são elementos que já não fazem tanto parte do universo moderno das viagens e dos viajantes. Mas ainda assim interpola o que se tem a dizer sobre uma experiência viajeira, se me permitem o neologismo. Escrever sobre uma

experiência de andanças, viagem, *sautering* é dar a instantes transitórios e comuns diversos da vida uma permanência e uma unidade que naturalmente fazem falta no dia-a-dia. Tomar um sorvete ou caminhar numa calçada qualquer de sua cidade é uma atitude cotidiana que, certamente, ganhará uma representação especial se esse caminhar for realizado em outra calçada, digamos, Hollywood Blvd, Los Angeles, CA, tão conhecida por suas estrelas:



Figura 1: Andantes na Calçada da Fama. Disponível em https://www.google.com/search?q=cal%C3%A7ada+da+fama&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAcQ_AUoAWoVChMIj-HA1PqayAIVAx-QCh3vXQ8a&biw=1354&bih=637#imgrc=R9wrQboWiAJfiM%3A. Acesso em 23/08/2015.

Mas não foi possível saber neste estudo se essa representação também é real para os moradores, ainda que tenham a consciência da importância simbólica do lugar para o país, como é possível visualizar na Figura 2:



Figura 2: Calçada da fama cotidiano: Disponível em <https://www.google.com/search?q=cal%C3%A7ada+da+fama&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAcQAUoAWoVChMIj-HA1PqayAIVAx-QCh3vXQ8a&biw=1354&bih=637#imgrc=R9wrQboWiAjfiM%3A>. Acesso em 23/08/2015.

Na figura 2, vemos pessoas sentadas em bancos na calçada das estrelas – Calçada da Fama – sem que se possa perceber alguma admiração especial. São, aparentemente, moradores, transeuntes corriqueiros para quem as estrelas não têm a mesma representação que aquela para o turista. Entendemos que o *sautering*, de acordo com a percepção de Thoreau, seria esse transeunte comum, diário, mas com a particularidade de observador neófito a cada passagem, atento a cada detalhe, tentando descobrir novos detalhes ou repensando sobre os detalhes já conhecidos. Imaginamos que exista uma percepção interseccional que burle e atravesse ao mesmo tempo esse imaginário, e que tentamos representar na Figura 3 a seguir:

Esta noção simbólica aqui discutida nos remete ao que Aristóteles define como conceito de lugar: de que o lugar não existe antes das coisas nem sem as coisas. Isso nos permite compreender que qualquer que seja a paisagem, por mais exuberante que possa ser, não existirá sem que se possa admirá-la, sem que a ação do olhar, do conhecimento aconteça. Desse modo, pouco importa o quanto o lugar é visitado e conhecido, concorrido do ponto de vista turístico; importa o olhar que o passante lhe reserva, o saborear da impressão de liberdade que somente as viagens permitem e que o morador ali instalado pode inventar em sua andança encantada e plena de admiração pelo mesmo, não somente pelo novo

submetido ao *jamaís vu*. Vemos na figura 4 a seguir um exemplo dessa retomada admirativa:



Figura 3 Intersecção definidora de sautering.

A Figura 4 não apresenta nenhuma paisagem especial, mas um momento de descontração em família. Certamente esta mãe está com os filhos constantemente, os filhos não lhe são novidade. Mas o momento é renovado pela intenção de torna-lo novo, pelo registro pontual do momento. Observamos um recurso a uma dramaturgia composta por uma fachada²¹ de signos que remetem a uma família feliz, espelhada na cena validada, a qual, segundo Maingueneau (2011), faz parte de um conjunto de cenas instaladas na memória coletiva, seja em termos de modelos a serem valorizados ou depreciados, sendo recurso de fácil fixação e alcance por sua representação arquetípica popularizada.

A mesma *postante* insere outra imagem (Figura 5) que confirma a validação da fachada de família feliz, em que pais e filhos podem realizar as andanças turísticas em conjunto e sempre de bom humor. Deste modo, podemos atualizar o conceito de *sautering* não somente do ponto de vista da andança curiosa e observadora proposta por Thoreau, e reavaliamos o *sautering* como uma maneira de expor-se ao prazer de conhecer o novo e renovar o conhecido. Não é por agirmos que mudamos.

21 A expressão fachada para a análise do discurso não remete a imagem falseada, mas àquilo que é mostrado e referenciado socialmente.

Repetir gestos não significa que adquirimos experiência nem que chegamos à perfeição. Nossas ações são de fato fundamentais, uma vez que fazem rodar o motor de nossa existência. Entretanto, sem a reflexão que direcione e corrija rotas dessas ações, não podemos pensar em reflexão. Quando tomamos consciência de nossas ações, redirecionamos nossas vivências: uma construção de uma história que será revivida por nós e reconstruída por nossa disposição em visualizá-la como narrativa.



Figura 4 - Foto familiar. Disponível em: <<http://www.diariodeviagem.com/category/motorhome-ca/>>. Acesso em 12/04/2015.



Blog Diário de Viagem

29 de abril

Sempre acreditei que Paris é uma cidade para ser visitada somente pelos casais? É com muito prazer que digo que há muita diversão para famílias com crianças na capital francesa. Vem com a gente e monte seu roteiro.
<http://goo.gl/88XrR9>



Figura 5: Foto familiar. Disponível em: <<http://www.diariodeviagem.com/category/motorhome-ca/>>. Acesso em 12/04/2015.

Tecer uma narrativa de viagem é como dedilhar uma narrativa de vida, ao longo de um processo de mudança de percepção do mundo, em seguida, trabalhar na organização do sentido desses novos conhecimentos. Andar pelo mundo constitui uma prática de dramatização do sujeito que se torna autor de sua própria história quando se propõe a pensar a sua vida em termos de uma globalidade temporal retrospectiva e prospectiva, nas linhas de força, nos seus saberes adquiridos ou nas marcas da experiência, assim como na perspectiva dos desafios que o desconhecido lança no presente entre a memória revisitada e o futuro já atualizado, porque induzido por essa perspectiva espaço-temporal. É o adentrar no palco de um sujeito que se torna ator ao pensar na sua existencialidade em contraponto com as

existencialidades outras que lhe são reflexo e parâmetro. No processo de reflexão sobre os lugares novos que o sujeito visita deve existir a compreensão de tal atitude como uma atividade de autoinvenção crítica e de tomada de consciência da relatividade social, histórica e cultural dos referenciais interiorizados pelo sujeito e, por isso mesmo, constitutivos da dimensão sócio-cognitiva da sua subjetividade, como podemos visualizar na Figura 5.



Figura 6: Relação espaçotemporal em cena familiar espontânea: Disponível em: <<http://www.diariodeviagem.com/category/motorhome-ca/>>. Acesso em 12/04/2015.

A observação de que os relatos de viagem em redes foram produzidas de modo espontâneo, sem a constrição das regras de escrita comuns em situações formais ou de grandes repercussões na vida dos sujeitos, nos parece importante, afinal, vez que parece estabelecer uma oposição em relação ao que Labov (1997, s/p) denominou “tentativa de comunicar com simplicidade e seriedade as experiências mais importantes de suas vidas”, de modo que podemos, por oposição, testar a relevância dos aspectos composicionais da narrativa de experiência

apontados pelo autor para as narrativas específicas de nossa amostra, que nos parecem ser mais despojadas de qualquer aspecto cerimonioso, dada a brevidade e dinamicidade característicos da rede social em que foram produzidas e publicadas (FREITAS, 2015). Um exemplo dessa brevidade dinâmica aliada à riqueza de informações subliminares pode ser ilustrado pela Figura 7:



Figura 7: Momento de entrada no parque. Disponível em: <https://www.facebook.com/helena.baioco?fref=tl_fr_box&pnref=lhc.friends.unseen>. Foto autorizada. Acesso em: 29/09/2015.

A fachada mobilizada parece, então, prescindir de recursos expressivos padronizados, indicadores de pertencimento a determinado espaço ou clã (GOFFMAN, 2013b), sendo constituída por maneiras que, se não indicam um *status* objetivamente identificado, fazem irradiar e compartilhar impressões narrativas que terminam por compor uma experiência, digna de ser publicada. A expressão “Eita. Nós...” é suficiente para dar marcas de cumplicidade de ações anteriores que

culminaram na cena ilustrada. O sujeito só é compreendido como autor singular de sua narrativa de viagem e de todas as contingências que circundam a narrativa, quando seu posicionamento face ao contexto imediato que se apresenta e à historicidade que lhe transcende se deixa entrever em suas palavras, por mais simples que elas pareçam ser.

Para Recuero (2009), detectar a presença de um valor simbólico como o capital social não é tarefa simples, porém, para a compreensão da dinâmica que está por trás da ação de postar algo em uma rede social, mostra-se elemento imprescindível. Recuero (2009, p. 50) define o capital social como “um conjunto de recursos de um determinado grupo, que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que individualmente, e que está baseado na reciprocidade”. O capital social compreende dois níveis: no primeiro, situam-se as relações (relacional), as normas (normativo) e o conhecimento (cognitivo), enquanto, no segundo, estão a confiança no ambiente e a presença de instituições.

A partir da definição que Labov (1997) constrói para a narrativa de experiência pessoal, a de um relato de uma sequência de eventos que tem lugar na biografia de um sujeito, de modo que esse relato deve manter uma relação de iconicidade com os eventos a que faz referência e serem, portanto, contados na ordem em que aconteceram, observamos, em primeiro lugar, o aspecto da temporalidade na narrativa. Ao que Thoreau chama de “emolduramento das migrações” (p.27), tratamos por estrutura da rede social, filtrada pela compreensão que parece apriorística de que a imagem – foto postada pelo usufrutuário da rede – traz em si todo um discurso que apresenta não somente o lugar, mas o sentimento do sujeito que se mostra nas imagens. Tal mostra parece relacionar-se com os *projetos de felicidade* (FREIRE FILHO, 2010) comumente associados aos projetos de auto apresentação que se presentificam nas redes, dada a necessidade do autor de marcar a satisfação proporcionada pelo evento relatado, como visto na Figura 7 e como podemos ver na Figura 8:



Luciana M Freire

26 de outubro às 13:25 · 🌐

Amigos da GeoUECE também chegando para embarcar no porto de Manaus... — com Otávio Augusto Barra e Leandro Almeida em Manaus



Curtir · Comentar · Compartilhar

Figura 8: Entrada na embarcação. Disponível em: <<https://www.facebook.com/otavioaugusto.barra?fref=ts>>. Acesso em 12/09/2014.

Em uma pesquisa em Turismo que se pretenda etnográfico-discursiva, uma concepção etnográfica que não desvele os lugares em que os discursos são criados nos parece contraditória. Nas bases da Análise do Discurso está a preocupação com as condições de produção dos sujeitos. Acrescentamos, a essa perspectiva de situação de produção, a condição de recepção, o lugar onde se efetuam as trocas, as relações que se estabelecem entre os sujeitos e os papéis representados discursivamente pelos sujeitos nos lugares em que estão inseridos e na tal situação de produção. Quem são essas pessoas que nasceram / moram ou vieram morar, trabalham ou vieram trabalhar

naquela região? Em que isso pode ser contribuidor para uma formação de um pensamento do turismo como evolução da sociedade? O que o discurso desses sujeitos turistas, andarilhos, *flâneurs*, *sautering* revela sobre a situacionalidade geográfica? Por exemplo, a instalação de linhas de metrô influenciou de alguma maneira a realidade dos lugares? Ir a um lugar por trem, ônibus ou metrô é, de alguma maneira, valorizar a andança? O conhecimento do contexto, nós sabemos, é imprescindível à compreensão das ações. Sabemos também que não há tempo nem lugar sem que se percebam as histórias que construíram e constroem cotidianamente tal lugar.

Charaudeau (2011), ao tratar de aspectos levados em consideração pelas diferentes correntes de análise do discurso, assinala a importância da noção de contexto situacional, que, em nosso estudo, se apresenta como basilar. Tal aspecto concerne, nas condições de produção, não somente aos pressupostos de posicionamento interdiscursivo dos participantes, mas também ao condicionamento da própria situação de comunicação: qual a natureza da identidade dos parceiros do ato de linguagem? Qual a finalidade da situação? Quais dispositivos e as circunstâncias materiais dessa situação? Esse conjunto constitui o que o autor chama de contrato de comunicação, “o qual restringe o sujeito falante, dando-lhe as instruções discursivas que deverá seguir para proceder a seu ato de enunciação” (CHARAUDEAU, 2011, p. 30).

Assumir o alinhamento de um andarilho narrador em uma postagem em rede social concernente a uma viagem implica ocupação de um espaço social comumente maior do que quaisquer outras maneiras de se comunicar, de modo que a ocupação desse espaço internáutico funciona como um centro gravitacional de interesse que governa a narrativa. Tal centro gravitacional pode ser constituído em dois movimentos: ele é estabelecido relacionalmente, a partir das regras compartilhadas entre os sujeitos que tomam parte da interação; e ele pode ser constituído por intermédio dos investimentos dramaturgicos em fachadas – que englobam aparências e maneiras, segundo Goffman (2013a, 2013b, 2011) – que os sujeitos fazem de modo a tornar o relato de um determinado evento ou episódio o mais reportável possível. Essa reportabilidade pode ser verificada na Figura 9, em que a paisagem se bastou ao comentário feito pelo viajante:



Figura 9- Morro Branco – Falésias - Dia de aula de campo com o prof de oceanografia fessor Fábio Perdigão. Calor de matar, mas valeu a pena, só q tem q ter pique e perna pra acompanhar o ritmo do professor. TL Facebook <https://www.facebook.com/o>

Freitas (2015) confirmou em sua tese de doutorado que esse duplo movimento é verificável nas artimanhas narrativas dos sujeitos usuários do Twitter, na medida em que as narrativas de si baseadas em experiências cotidianas, ordinárias e banais não têm o caráter vão que poderiam ter em outros contextos, já que se trata de prática compartilhada, difundida entre os perfis que se relacionam uns com os outros e fazem da sua presença no site a celebração do cotidiano a partir dessa partilha de experiências da ordem do comezinho; e o duplo movimento é finalmente executado quando percebe-se que esse ordinário é necessariamente espetacularizado, traduzido em *performances* que atribuem certa carga dramática aos acontecimentos narrados, fazendo da narrativa a materialização das fachadas, “o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (GOFFMAN, 2013a, p. 29).

Se pusermos essa noção de espetacularização em paralelo com a noção de *sautering* de Thoreau, podemos argumentar que as fachadas defendidas por Goffman, compostas por aparências e maneiras que não são acessíveis em termos físicos aos interagentes – por tratar-se de ambiente em que não se pode contar com o corpo físico –, completam o giro hermenêutico ao transformar estados banais em narrativas com alto grau de reportabilidade pela riqueza de suas observações sobre os aspectos espaciotemporais. Essa percepção atende ao perfil

observatório-admirativo da natureza de Thoreau com as percepções das aparências discutidas por Goffman. Há o que podemos denominar de compartilhamento de uma experiência lacunar, difusa, sem referente específico, mas que assume contornos narrativos ao expressar uma temporalidade posta em movimento.

Ainda a propósito dos signos de uma clã aludidos na definição que Goffman fornece de fachada, que fazem circunscrever certo sujeito em certo grupo social, atribuindo-lhe determinado *status* e que reverbera nas aparências e maneiras que ratificam o pertencimento a esse clã, na Figura 9 podemos flagrar o clã na expressão “aula de campo”, gênero que define haver um conjunto de pessoas envolvidas em um único evento. Podemos observar em nossa amostra a existência de narrativas que investem fortemente nesses recursos expressivos, incorrendo em uma *performance* que conquista a adesão da plateia a quem o ator-narrador se dirige, quando do entremeio de enumerações explícitas desses signos – “Vem com a gente” (Fig. 5), “Eita, Nós...” (Fig. 7), “calor de matar”, “tem que ter pique” (Fig. 9) – a propósito de um investimento imagético, evocado tanto pelas escolhas de palavras quanto pelo desenho narrativo ao fazer dessa enumeração a forma pela qual pretende captar e conquistar a incorporação dos sujeitos com quem se estabelece interações na rede.

Cumprir lembrar que as construções narrativas de viagens aqui apresentadas de forma mais ou menos isolada, na verdade ocorrem em um contexto mais amplo, e se transformam numa teia de interações estabelecidas pelos usuários com outros usuários. Essas trocas são marcadas sob o crivo do “curtir” aplicado a todas as redes sociais e que, muito mais que um simples “gostei”, significa uma identificação com o sujeito autor da postagem.

A experiência é compartilhada, desse modo, por recurso a uma identificação de classe, pela comunicação de signos que têm como destino certo uma audiência conhecida e pretendida por quem narra, audiência cúmplice desse projeto de autoapresentação (FREITAS, 2015) em específico. As figuras 7, 8 e 9 são, em nossa amostra, exemplos de ocorrência desse procedimento de narração que se destina a um clã em específico. Há claramente um projeto de autoapresentação construído

sobre a narrativa de experiências advindas de viagens em grupo, com informações que importam sobretudo a este grupo especificamente. Vemos nesses três exemplos uma clara descrição do que foi visto, do que existe para ser admirado, ainda que as descrições aí dispostas não atendam ao proposto por Thoreau.

Conclusões

Entendemos, então, a moderna *sautering* como a mediação que, de acordo com a definição trazida por Orlandi, é o próprio discurso, pois “torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive” (ORLANDI, 1999, p.15). Deste modo, vemos nas redes sociais acontecer essa transmutação da realidade por meio da palavra mediadora, como nas antigas tradições orais. Ao postar um relato sobre uma viagem, por menor que seja este relato, o indivíduo o faz por uma razão que nos é desconhecida, mas nos promove uma ponte entre o que conhece e aquilo que nosso imaginário deseja vadiar a conhecer. Assim, ser *sautering* é também construir uma rede de *sauterings* com todos os que compartilham das experiências. Ser *sautering* hoje pode ser clicar sobre um curtir no *Facebook*, um duplo tapinha de dedos no Instagram, um favorito no Twitter etc. E assim vadiar pelas imagens que os amigos *webexistentes* nos expõem.

Esse vadiar, *flâner*, andar a pé, viajar são nomenclaturas que implicam um estar próximo do que observo, do que percebo, como uma criança que vê a afita formiga atravessar a calçada com sua folha conquistada sobre a cabeça. O capital social consolidado pelos viajantes, andarilhos ou cumpridores de escalas programadas em agências de turismo, ao longo de sua inserção na rede nos parece fator de suma importância para compreender as dinâmicas que se estabelecem, afinal, é plausível admitir que as narrativas de um viajante em ação de viajar – movimento de concomitância entre ver e publicar promovido pela tecnologia – com maior capital social irá reverberar com mais veemência do que a mesma escrita por parte de quem possui capital social menor, e tal reverberação é fundamental para que se valorize mais ou menos as descrições narrativas dos lugares que imprimem nesses sujeitos os projetos de auto apresentação.

Podemos desse modo compreender que o aspecto valorativo expresso pelos usuários de redes sociais, quando tratam de suas viagens, atende a regras estabelecidas pela rede em que postam as impressões de viagem, ou mesmo um anúncio rápido de simples, com economia de palavras, pois que detêm como instrumento de divulgação das andanças as imagens colhidas em câmeras fotográficas e aparelhos celulares, por meio dos quais, finalmente, podem divulgar imediatamente suas considerações acerca dos lugares em que estão, naquele exato momento da postagem. Esta concomitância torna a divulgação muito mais do que uma imagem de um lugar aonde se foi durante uma viagem, mas o lugar onde se está naquele preciso momento. Deste modo, torna-se dinâmica a fotografia, elemento que, apesar de não ser o foco da pesquisa em tela, também perpassa o fenômeno que focalizamos, visto que a imagem publicada é, com efeito, uma marca de expressão de subjetividade, a realidade focada não somente como lembrança, mas também como momento imediato e compartilhado na rede.

Referências

ABELHA, Kid. Nada tanto assim. Intérprete: Kid Abelha. In: ABELHA, Kid et al. **Seu espião**. [S.l.]: Warner Music, 1984. Faixa 2 (3:42 min).

CHARAUDEAU, P. Dize-me qual é teu corpus, eu te direi qual é a tua problemática. **Revista Diadorim / Revista de Estudos Linguísticos e Literários do Programa de Pós-Graduação em Letras Vernáculas da Universidade Federal do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, vol. 10, p. 21 – 46, 2011.

FREIRE FILHO, J. (Org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

FREITAS, M. L. T. **Narrativas de si em cena**: a dramaturgia das interações no Twitter. 2015. 148 f. Tese (Doutorado em Linguística) (Orientação: Sandra Maia-Vasconcelos) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015.

FREITAS, M. L. T. **Constituição de autoria em narrativas de**

viajantes: entre o sujeito e a designação. 2010. 114 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) (Orientação: Sandra Maia-Vasconcelos) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2010.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2013a.

_____. Alinhamento. In: RIBEIRO, B. T.; GARCEZ, P. M. (Orgs.). **Sociolinguística interacional**. São Paulo: Loyola, 2013b.

_____. **Ritual de interação: ensaios sobre comportamento face a face**. Petrópolis: Vozes, 2011.

LABOV, W. Some further steps in narrative analysis. **The journal of narrative and life history**, Volume 7, numbers 1-4, 1997.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2011.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 1999.

RECUERO, R.; ZAGO, G. Em busca das “redes que importam”: redes sociais e capital social no Twitter. **Líbero**, São Paulo, v. 12, n. 24, p. 81-94, 2009.

THOREAU, H. D. **Andar a pé**. Trad. Sarmiento de Beires e José Duarte. Fonte digital (1950). Digitalização, revisão para o Português do Brasil e versão para eBook: eBooksBrasil.com, Rio de Janeiro, 2003. Disponível em <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/andarape.html> (Acesso em 04 Out 2015).

RESORTS E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NO PORTO DAS DUNAS, AQUIRAZ – CE

Frederico do Nascimento Rodrigues²²

Luzia Neide Coriolano²³

Introdução

O artigo apresenta análise sobre a produção territorial dos resorts e sobre a responsabilidade socioambiental de empresas turísticas, do Porto das Dunas, praia que compõe o cenário paisagístico do município de Aquiraz, e se situa a 32 km da Metrópole Fortaleza, integrado a Região Metropolitana de Fortaleza – RMF que recebe turistas em busca de lazer, descanso, diversão e do turismo de sol e praia. Formada pelos municípios que compõe a RMF são: São Gonçalo do Amarante, Caucaia, Fortaleza, Maracanaú, Maranguape, Pacatuba, Itaitinga, Eusébio, Guaiúba, Aquiraz, Horizonte, Pacajus, Chorozinho, Pindoretama e Cascavel.

Fortaleza apresenta papel fundamental na distribuição de fluxos turísticos, em virtude da infraestrutura urbana que serve de apoio ao turismo, além dos serviços oferecidos pelo aeroporto internacional, hotéis, pousadas, restaurantes e *resorts*. O município de Aquiraz é detentor de núcleos receptores de turismo com destaque Porto das Dunas, espaço privilegiado do turismo convencional no Ceará, em decorrência do complexo turístico do *Beach Park*. O lugar é intensamente urbanizado, ocupado por segundas residências, equipamentos turísticos com destaque para os *resorts* e o park aquático. O lugar cresce de forma impactante em razão da implantação de inúmeros empreendimentos turísticos, espaços de lazer e turismo além das casas de veraneio, que

22 Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Ceará – UFC, bacharel em Geografia pela Universidade Estadual do Ceará – UECE, e membro do Núcleo de Estudos do Território e do Turismo, líder do grupo Turismo, território e cultura da UECE.

23 Pós-doutora pela Universidade Regional de Blumenau, Coordenadora do Núcleo de Estudos do Território e do Turismo, líder do grupo Turismo, território e cultura da UECE.

estimulam a especulação imobiliária. A crescente instalação de *resorts* na zona litorânea ocorre com expropriação de comunidades, processo denominado de desterritorialização por Haesbaert (2009).

O litoral do Ceará polariza *resorts*, sendo, Aquiraz exemplo dessa ocupação. A aparente motivação é a intensidade de radiação solar dita de 2800 horas durante o ano com clima tropical, amenizado pelos ventos alísios e brisas marinhas, mas a ocupação está para, além disso, insere-se na reestruturação do capitalismo, que prioriza o setor terciário dentre eles o turismo (CORIOLANO, 2008). Os *resorts* se instalam no final da década de 1990, motivados pelo crescimento do turismo no Nordeste desencadeando a especulação imobiliária da área, levando empresários e residentes disputarem palmo a palmo áreas potencialmente lucrativas, que possam ser transformadas em espaços para o turismo. A crescente valorização de espaços litorâneos de Aquiraz, sobretudo o da Praia Porto das Dunas, forma um enclave no município de Aquiraz, o do Porto das Dunas que se apresenta com dinâmica econômica diferenciada do município. A iniciativa privada, o poder público e os especuladores imobiliários fazem da praia espaço seletivo, o que comprova o alto poder aquisitivo dos usuários dos *resorts*.

Comunidades em contato direto com o meio ambiente antes da chegada de empreendimentos são incomodadas com o processo de turistificação, chegada dos *resorts* que leva praias progressivamente a serem transformadas com aumentam das construções de condomínios de luxo, espaços de lazer, resorts, casas de veraneio e dessa forma cresce a ocupação no litoral mesmo sobre campos de dunas. O turismo ganha espaço, sendo atendido pelo mercado imobiliário e turístico que vende espaço para lazer de luxo e nesse processo, pescadores tem terras expropriadas, desencadeando a difícil relação entre comunidades/especuladores, em várias praias do Nordeste.

O litoral é um dos espaços mais espoliados pelo turismo no Ceará, ocasionando impactos socioambientais, em decorrência das inúmeras construções na zona costeira. O artigo tem por objetivo analisar a instalação dos *resorts* na praia Porto das Dunas e verificar o que vem sendo realizado em relação às ações de responsabilidade socioambiental desenvolvidas pelo empreendimento turístico do *Bech Park*.

Litoral de Aquiraz e Porto Das Dunas

Aquiraz – CE insere-se no contexto do litoral cearense que possui 573 km de extensão. A faixa litorânea cearense possui diversidade de paisagens de praias e ostenta falésias, planícies flúvio-marinhas, lagoas, lagoas interdunares, campo de dunas, tabuleiros pré-litorâneos e terraços marinhos que mantêm dinâmica natural afetada pelo processo de ocupação não apenas do litoral, mas de parte da zona costeira. O município situa-se a 32 km da Metrópole, é um dos treze municípios que compõe a Região Metropolitana. Possui importância histórica para o Ceará, em decorrência do rico patrimônio histórico e cultural datado do século XVII, período em que foi primeira vila da Capitania do Ceará. Apresenta condições propícias para lazer e turismo, tendo como uma das praias seletas o Porto das Dunas, que sedimenta investimentos para o desenvolvimento do turismo, lazer, segundas residências, destacando-se na construção e territorialização de *resorts*. É um território de *resorts*.

Atrativos naturais tornam o município espaço atrativo para turismo, tendo destaque: lagoas, cordões dunares, proximidade dos rios Catu e Pacoti, belezas cênicas das praias Porto das Dunas, Prainha, Presídio, Iguape, Barro Preto e Batoque (SAMPAIO, 2009). Aquiraz possui 36 km de praias, e compõe o cenário da costa do sol nascente²⁴. De acordo com Sampaio (2009, p.47) o processo de valorização litorânea de Aquiraz concentra-se entre a rodovia estadual CE – 040 e o oceano, onde estão os loteamentos, segundas residências, empreendimentos turísticos e o parque aquático. Nesse contexto, a praia Porto das Dunas, onde se localiza o parque aquático *Beach Park*, transforma-se e perde sensivelmente marcas de vila de pescadores e passa a ser polo atrativo de megaempreendimentos turísticos. O processo de litoralização²⁵ das zonas de praia leva à expropriação de terras das populações nativas, degradação ambiental e formação associada à Metrópole com ocupação

24 De acordo com Coriolano, (2008, p.279) a faixa litorânea conhecida como Costa do Sol Nascente se estende de Fortaleza até fronteira do Estado do Rio Grande do Norte, enquanto a Costa do Sol Poente vai de Fortaleza até fronteira como o estado do Piauí.

25 Ações promovidas pelo estado para adequar o litoral e atrair fluxos turísticos, foi denominado por Moacyr Madruga (1992) como processo de litoralização, surge depois de de turistificação significando preparar para o turismo.

das melhores praias, infraestruturas turísticas e especializados serviços, sendo um dos destinos mais procurados do Ceará.

A demanda turística que foge do estresse urbano da cidade dirige-se aos litorais para usufruir belezas naturais, com o turismo de sol e praia que se apresenta como excelente opção de lazer. Porto das Dunas fica na planície litorânea, próxima à planície flúvio-marinha do rio Pacoti, onde se encontra rico patrimônio natural e a biodiversidade do ecossistema manguezal, berçário natural de espécies. Assim, as contradições no espaço são notórias, pois a praia gradativamente é tomada por especuladores imobiliários e empresários, que concentram atividades de veraneio, lazer e turismo. As construções multiplicam-se e a urbanização chega ao litoral com tecnologias inseridas no espaço para atender demanda turística. A urbanização no Porto das Dunas, apontada nos Estudos e Relatórios de Impactos Ambientais - EIAs-RIMAS - mostra esse litoral diferenciado das comunidades vizinhas com falta de saneamento, esgoto, aterros sanitários. A beleza e a conservação do Porto das Dunas desperta o interesse do poder público e privado para direcioná-la a ao turismo com alocação de *resorts*.

Produção territorial dos *Resorts* no Porto Das Dunas

A sociedade industrial coloca no espaço tecnologias, próteses que dão mobilidade, conforto e requinte aos ambientes, proporcionando aos turistas possibilidades de hospedagens sofisticadas nos *resorts*. Empreendimentos que integram a complexa técnica de produção espacial e que se instalam no País, em especial no Nordeste brasileiro, região propícia para o turismo em decorrência do clima tropical, com apoio de políticas públicas beneficiadas com financiamentos nacionais.

A Associação Brasileira de *Resorts* define *resorts* como empreendimentos hoteleiros, construções que possuem alto padrão nas instalações e serviços, voltados primordialmente para lazer e turismo. As instalações concretizam áreas de convívio com a natureza e proporcionam serviços que fazem com que o hóspede não necessite se afastar a procura de consumo fora do empreendimento, pois lhe é oferecido conforto, alimentação, lazer e entretenimento. Coriolano (2006) e Sampaio (2009, p.125) apontam como se deu o processo que desencadeou o início das construções dos empreendimentos que

se intensificou nos anos 1990 com as mudanças socioeconômicas no mundo, com o fenômeno da globalização. O aumento de aposentados, amadurecimento das nações e o crescente consumismo pela maior facilidade de consumo, maior tempo livre, crescimento do ócio e o aumento da procura por lazer. A era dos *resorts* articula local e global, pois os investimentos internacionais e a vinda do capital externo, aliado ao capital nacional, tornam-se fato.

A reestruturação do capitalismo intensifica construções de empreendimentos turísticos, pautados nas políticas públicas associadas às empresas, que instalam e investem em equipamentos turísticos, em condomínios inseridos em núcleos receptores de turismo; ocasionando dessa forma mudanças socioespaciais intensas, transformando a dinâmica territorial dos locais onde se consolidam. Assim, empresas gradativamente passam a instalar empreendimentos turísticos no litoral cearense como o *Beach Park Suites Resorts*. Empreendimentos geralmente seguem padrão arquitetônico horizontal e ao serem implantados apresentam novas formas de consumo de espaços, partem da premissa de satisfazer plenamente o hóspede, em todos os sentidos, com oferta de tudo que em geral é procurado em um destino turístico: hospedagem, lazer, turismo, segurança, entretenimento, diversão, serviços de restauração e belas paisagens.

Nos últimos vinte anos, é grande o crescimento de empreendimentos classificados como *resorts* que são territorializados em espaços aptos a recebê-los. Andrade (2008, p.39) refere-se ao processo de implementação de casas de veraneio e *resorts*, afirmando que:

O veraneio é considerado uma prática social que evidencia uma sociedade desigual, quando motiva a formação de novas territorialidades no lugar, concretizada pelo surgimento de um novo sujeito social, até então inexistente e que passa a tecer limites e linhas demarcatórias privatizando os espaços anteriormente coletivizados.

Seguindo essa lógica, os *resorts* apresentam-se com configurações espaciais luxuosas e a grande maioria distante de ambientes urbanos,

com altos preços quando muitas pessoas ficam impossibilitadas de frequentá-los. As mudanças geradas por esse segmento de turismo estão associadas ao crescimento econômico e modernização dos espaços, mas tais mudanças não vêm acompanhadas de benefícios para a população, que continua sem capacidade de interagir e participar das benesses da atividade turística. Os interesses de participação ficam no plano especulativo.

O investimento na construção de resorts no Ceará inicia-se nos anos 2000, Martins e Vasconcelos (2012, p.225) Coriolano (2006) e as primeiras praias alvo desses investimentos foram Porto das Dunas, Cumbuco, Praia das Fontes, Prainha, Lagoinha. Referindo-se ao uso e ocupação do solo Harvey (2005, p.184) lança crítica e diz que é mera especulação os investimentos em grandes proporções direcionados ao turismo; e engano acreditar que os problemas urbanos serão solucionados. A ênfase no turismo, na produção e no consumo de espaços espetáculos, na promoção de eventos efêmeros em determinado palco, mostra sinais de ser remédio predileto de economias urbanas enfermas. Investimentos urbanos desse tipo produzem ajustes acelerados, ainda que passageiros, em relação aos problemas urbanos. No entanto, esses investimentos são, frequentemente, muito especulativos.

De acordo com Associação Brasileira de *Resorts* existem 47 *resorts* devidamente associados, disponibilizando um total de 12.389 unidades habitacionais, estando presentes em doze estados brasileiros. Segundo dados da associação, os colaboradores e empregos diretos somam-se 18.665, proporcionando lucro anual de 1,3 milhões de reais, onde 90% dos turistas nos *resorts* são brasileiros e 10% estrangeiros, oriundos de países como Alemanha, Argentina, Chile, Espanha, Estados Unidos, França, Itália e Portugal. Nesse contexto, o Ceará segue a lógica do capital, produzem-se territórios de *resorts*, acirrando dessa forma o processo de especulação imobiliária. Os municípios que se situam no litoral leste englobam 70% dos *resorts*, enquanto o litoral oeste apresenta 30%²⁶. A dinamização do turismo nos espaços leva ao processo de turistificação atraindo cada vez mais interesses,

26 Segundo Silva 2013, a porcentagem foi feita de acordo com a soma dos resorts instalados e dos que estão em fase de construção.

ampliando a ocupação pelas segundas residências, aliada a construção de megapreendimentos turísticos.

Os *resorts* promovem processo de desterritorialização fazendo surgir novas territorialidades onde aportam, delimitam e afirmam controle sobre o espaço geográfico, promovendo embates entre especuladores e moradores. Essa problemática está intimamente ligada ao modelo de ocupação e ao turismo convencional que chega de cima para baixo, desterritorializando comunidades sem se preocupar com o desenvolvimento das pessoas e melhorias do lugar; mantendo mínimas relações com o espaço dos residentes. Haesbaert (2009, p.16) aponta que a territorialização é processo de domínio tanto em âmbito político quanto econômico, apresentando-se como apropriação simbólica e cultural do espaço por grupos humanos, ou seja, alocação das empresas no lugar acaba por criar o imaginário de domínio do espaço, ameaçam o pertencimento e a vida das comunidades. As modificações ocorridas com a territorialização dos *resorts*, instalados no Porto das Dunas levanta preocupação com a paisagem e impactos nela ocasionados, pois a praia passa por metamorfose, tendo em vista a reestruturação socioespacial para se adequar ao atendimento das necessidades dos turistas. O ponto crucial do avanço do turismo no litoral é o declínio das atividades tradicionais realizadas por pescadores, rendeiras, artesãos, agricultores. Processo que ocorre em detrimento da forte competição da pesca industrial, em decorrência da atividade turística e da expropriação de terras das famílias de pescadores por especuladores imobiliários ligados ao lazer e turismo. Restam aos pescadores resistirem ou venderem a força de trabalho nos empreendimentos hoteleiros, *resorts*, parques aquáticos, segundas residências e lojas. O que ocasiona desarranjo da economia local em razão das novas formas de ocupação e produção do espaço litorâneo.

A praia Porto das Dunas é território de empreendimentos turísticos e funciona como “ímã”, pois atrai *resorts*; que promovem substanciais transformações, com dinâmicas de reprodução do capital imobiliário associado ao lazer e turismo. Atraem investimentos que modificam a dinâmica do lugar e produzem nova estética urbana em território dominado por luxo e opulência. “A classe de menor poder aquisitivo não compõe a realidade da praia que possui padrão elevado”

(SAMPAIO, 2009). Apresenta-se no Quadro 1 os *resorts* em Aquiraz concluídos em 2008 e outros em 2012. Número significativo de empreendimentos que se consolidam no litoral.

RESORTS CONCLUÍDOS PERÍODO: 1989 a 2008			
Empreendimentos	Atividades	Estrutura	Etapa
Beach Park Suítes	Veraneio/Turismo	183 apartamentos	1988 - concluído
Aquaville Resort e Hotel	Veraneio/Turismo	498 residências/85 apartamentos	1997 - concluído
Oceani das Dunas Resorts	Turismo	183 apartamentos	2000 – concluído
Beach Park Acqua Resort	Veraneio/Turismo	123 apartamentos	2008 – concluído
Beach Park Living	Veraneio	160 apartamentos	2009 – concluído
RESORTS CONCLUÍDOS – PERÍODO 2000 - 2012			
Empreendimentos	Atividades	Estrutura	Etapa
Aquiraz Riviera	Veraneio/Turismo	8 hotéis/6 pousadas/600 bangalôs/800 residências/615 lotes	2007 – 1 fase
Complexo Turístico Hoteleiro Barra do Aquiraz	Veraneio/Turismo	Hotéis, condomínios, residência, 4 resorts	Projeto Aprovado
Resort Fortaleza Golf Club	Veraneio/Turismo	Hotéis/ Apartamentos e chalés	Em estudo

Quadro 1 - Resorts Concluídos até 2013

Fonte: RODRIGUES, F. N. 2013.

Verifica-se que há muitas construções de *resorts* nesse litoral, fortificando a formação do enclave – Porto das Dunas /Aquiraz, pois as empresas que se instalam não condizem com a realidade do município, causando estranhamento aos residentes. Não se encontra no lugar turístico cultura e expressão locais. O processo de ocupação ocasiona fortes impactos, devido às construções, algumas em locais indevidos comprometem a dinâmica e equilíbrio natural litorâneo. Assim, a zona

de praia sofre forte pressão, em decorrência dos agentes imobiliários e turísticos que desconsideram as condições naturais e morfológicas, e esquecem as práticas de responsabilidade socioambientais dos empreendimentos. A natureza é considerada objeto de valor de troca, mercadoria, estratégia para valorização do espaço, e de acordo com Harvey (2005, p.55) isso é típico do sistema hegemônico que se vive, pois, “a paisagem criada pelo capitalismo é vista como lugar da contradição e da tensão, e não como expressão de equilíbrio harmonioso”. Dessa forma, o turismo gradativamente consome lugares, paisagens e promove inúmeras contradições, adaptando e substituindo atividades econômicas com diferentes formas de produzir. Formam-se redes, cadeias, polos turísticos e não há como não haver conflitos de uso pela terra, concorrência nos negócios, resistência popular, choques culturais. O valor de uso da terra é diferente para empresários e comunidades. Para a comunidade a terra tem valor de uso, serve para morar, produzir, subsistir; já os empresários a veem como renda pois querem a maximização de lucros e assim ampliam as infraestruturas que dão suporte à atividade turística. A terra passa a ter valor de troca e especulada. Desenrolam-se lutas pelo espaço, introduzem-se formas urbanas diferenciadas na praia Porto das Dunas.

A formação de territórios decorrente da construção dos empreendimentos turísticos gera tensões movidas pelo jogo de interesses entre os grupos partícipes do processo como governo, empresas, sociedade e comunidades articuladas em políticas territoriais públicas, privadas e alternativas. As políticas públicas e privadas coadunam-se para defender interesses dos mais ricos, criam-se dessa forma resistências, pois as comunidades que absorvem a cultura do turismo, praticam-no com mais responsabilidade socioambiental.

No Porto das Dunas o espaço litorâneo que abrigava comunidades pesqueiras ganha novas formas e funções. Surgem os primeiros loteamentos, seguidos das atividades de lazer, veraneio e turismo, e cada forma de apropriação do espaço, transformam-no sensivelmente e descaracterizam a paisagem, reordenando-a, de acordo com as necessidades e interesses do capital em momentos distintos. Diz Carlos (2011, p.73) que o espaço ao se tornar mercadoria insere-se no conjunto de bens necessários a reprodução da vida. A sociedade

capitalista transforma o espaço, que deixa de ser lugar do residente, pois passa a ser consumido pela atividade do lazer e do turismo. As transformações socioespaciais na praia Porto das Dunas ocasionam impactos em âmbito social e ambiental, pois as construções de *resorts*, hotéis, pousadas, casas de veraneio modificam a paisagem, impactam o litoral, além de alterar costumes e tradições locais; fazendo com que comunidades se desestruturarem, e deixem de morar em terrenos litorâneos. O principal motivo da desestruturação é a posse da terra, que originalmente é de pescadores artesanais que habitam a praia há várias décadas, não possuindo documentação que comprove a posse e acabam sendo expropriados. Os povos do mar são ameaçados e perdem o direito de residir próximos ao litoral e sobreviver do mar. O turismo subverte a ordem do lugar e desestabiliza comunidades litorâneas.

Resorts do Porto das Dunas e os impactos

A sociedade, ao tratar de impacto associa-o a reações negativas, no entanto, o impacto pode se apresentar também de forma positiva. Os impactos socioambientais dizem respeito a transformações da/e na natureza e na sociedade em decorrência das atividades econômicas, em especial o turismo. A ciência geográfica estuda a importante relação sociedade/natureza. Para se verificar se no Porto das Dunas os empreendimentos turísticos instalados ocasionam impactos positivos e negativos fez-se a pesquisa de campo, com observações in lócus, levantou-se dados com análise dos processos, dos conjuntos de ações e critérios aplicados, e assim poder dizer se os empreendimentos turísticos instalados na praia causam mais benefícios ou malefícios ao lugar (VASCONCELOS; CORIOLANO, 2008).

A resolução do Conselho Nacional do Meio Ambiente – CONAMA 1/86 enfatiza que impacto ambiental são alterações nas propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causados por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas que podem afetar de forma direta ou indireta: a saúde, segurança e o bem-estar da população; atividades sociais e econômicas; biota; condições estéticas; sanitárias do meio ambiente e a qualidade dos recursos ambientais. Dessa forma, os possíveis impactos ambientais ocasionados na implantação de *resorts* no Porto das Dunas,

são retratados pela SEMACE, por meio de mecanismos utilizados para autorizar as construções no litoral, como os Estudos de Impacto Ambiental e Relatórios de Impacto Ambiental, EIA – RIMA. A análise dos dados coletados e os resultados do EIA são previamente enviados aos órgãos ambientais responsáveis, que tem função de liberar ou não a licença ambiental, que permite a instalação dos empreendimentos. O EIA-RIMA é suficiente para liberar construções sem agredir o meio ambiente, tendo em vista que muitos dos EIA – RIMAS são realizadas sem obedecer a critério científico, ou com análises negligenciadas e mesmo assim aprovadas pelos órgãos competentes. São várias as causas das negligências, sendo a principal os interesses econômicos imediatistas dos que buscam vantagens econômicas a todo custo, mesmo que para isso sacrifique a natureza e a sociedade (VASCONCELOS, 2008). O EIA – RIMA, aponta que os impactos quando ocorrem as intervenções na área onde o *resort* se instala. Para o início das construções é realizado a retirada da cobertura vegetal, deixar a superfície exposta a atuação de ventos, aumentando dessa forma os processos erosivos na zona costeira, transformando dunas fixas e semifixas em dunas móveis. As dunas são alvo das construções, resultando em significativas alterações da paisagem.

Exemplos de construções que ocasionam impactos são os hotéis e resorts inseridos na planície litorânea; empreendimentos construídos em local onde o lençol freático aflora em época de inverno, como bem destacou o membro da Associação Porto das Dunas em entrevista: “[...] aqui é uma planície de deflação²⁷, há muito tempo atrás era tudo alagado, então ainda temos resquícios de uma pequena lagoa, de um pequeno alagado [...]”. Empreendimentos situam-se próximo ao estuário do rio Pacoti, encontrando-se sobre solos do tipo areias quartzosas distróficas marinhas (SEMACE, 1995), o que evidencia que ali era ambiente onde aportavam dunas, prova disso são telas colocadas pelo próprio *resort* para conter o avanço dos sedimentos provocados pelo vento, um dos agentes atuantes no transporte. Impede-se a dinâmica natural de

27 De acordo com a lei 13.796 de 30/06/06, planície de deflação são superfícies planas ou ligeiramente inclinadas, que se estendem desde o limite da maré alta até a base dos campos de dunas. Nestas superfícies predomina a remoção de sedimentos pelos processos eólicos, com formação de feições residuais.

sedimentos, fazendo surgir processos erosivos em decorrência da forte ocupação ocasionada por estes equipamentos turísticos, que se tornam barreiras para a dinâmica litorânea.

Como impacto positivo pode ser destacado a geração de emprego no local. A Associação Porto das Dunas – Ap. Dunas destaca que os empreendimentos optam por mão de obra local, até mesmo por comodidade e para que os trabalhadores cheguem com maior facilidade ao local de trabalho, no entanto, necessita de mão de obra capacitada, mas nem todos os empreendimentos possuem projetos para capacitação de funcionários, apenas o *Beach Park*²⁸ e torna-se necessário que o trabalhador queira ser capacitado. Lembra-se que os empregos gerados pelo turismo são efêmeros, por conta de oscilações nos períodos de alta e baixa estação, fazendo com que necessite investigação, que se centre nos empreendimentos, para avaliar os índices de empregos e de contribuição à economia local. A ampliação dos impactos no ambiente litorâneo desencadeia cobranças de responsabilidade social e ambiental das empresas. As empresas do século XXI precisam demonstrar preocupação e responsabilidade com o meio ambiente, reduzir desperdícios e assegurar e comprovar a imagem de sustentabilidade projetada. As corporações que adquirem política ambiental responsável aumentam a qualidade e o número de clientes (CÂMARA, 2009). Empresas que não assumem responsabilidades sociais e ambientais estão fadadas ao declínio.

Responsabilidade Socioambiental dos *Resorts* do Porto Das Dunas

Empresas que se dizem responsáveis, mostram-se preocupadas com a qualidade ambiental e social do espaço onde estão inseridas, para que possam garantir as gerações futuras, maior qualidade de vida, ambiente saudável, almejando a sustentabilidade. Empresas que possuem caráter responsável se preocupam com funcionários e com o que está ao redor do empreendimento, potencializam a vida das pessoas que trabalham e residem no entorno da empresa. O empreendimento mostra que possui qualidade, não apenas na oferta de serviços e

28 Citado com autorização da empresa.

produtos, mas também em ações mitigadoras que amenizam agressões ao meio ambiente. Muitas empresas acabam por praticar ações positivas em decorrência da forte cobrança realizada pela sociedade, associações, moradores, comunidades.

O *Beach Park* é um dos empreendimentos que desenvolve ações responsáveis no Porto das Dunas, com programas internos de educação ambiental para funcionários e possui certificado ISO 14000²⁹, fazendo com que o complexo turístico tenha sérias atribuições para manter a certificação, como ações de treinamento dos funcionários e de responsabilidade social e ambiental. Como exemplo, cita-se o de limpeza no litoral, quando o *Beach Park* organiza mutirão com funcionários e com apoio da associação realiza trabalhos de limpeza na praia. Além do *Beach Park*, outros empreendimentos do Porto das Dunas dão suporte a operação, essas ações retiram da praia um total de 90 toneladas de lixo. As pessoas são divididas em grupos e realizam verdadeiro “pente fino”, andando de um extremo ao outro da praia coletando lixo jogado por residentes, turistas e pessoas que frequentam a praia, no entanto, vale ressaltar, se não houver cobrança aos empreendimentos eles não realizam ações por livre e espontânea vontade.

Algumas ações de responsabilidade social foram realizadas pelo *Beach Park*, como trabalhos socioambientais na escola próxima Maria Façanha de Sá. As ações realizadas são de melhoria de infraestrutura, com auxílio de palestras e pagamento de professores para crianças matriculadas. Outro projeto capacita professores (as), para incluir aulas que aborde temas sobre educação ambiental, coleta seletiva e que apresente a importância das atividades. O complexo turístico possui zona de tratamento de esgoto própria, que por meio de um sistema elevatório bombeia água oriunda de esgoto para a estação de tratamento, os efluentes são transformados em água usável por processo químico de reciclagem. A água é reutilizada para irrigação dos jardins do empreendimento, vale destacar que 100% da água é reaproveitada. Além da ajuda à escola, o empreendimento realiza outras ações de

29 A ISO 14000 - Sistema de Gestão Ambiental, especificações com Guia Para uso, estabelece requisitos para as empresas gerenciarem seus produtos e processos para que eles não agridam o meio ambiente, que a comunidade não sofra com os resíduos gerados e que a sociedade seja beneficiada num aspecto amplo.

responsabilidade social, como o dia da criança feliz, onde o *Beach Park* custeia a vinda de crianças de instituições carentes como a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais – APAE, fazendo com que possam ter um dia de lazer junto à família, além de ajuda financeira que é proporcionada as instituições sociais com doação de eletrodomésticos.

Verifica-se que existe trabalho de sustentabilidade realizado pelo empreendimento, outra ação responsável é a estação de assistência energética que é desenvolvida e já existem alguns coletores solares que são utilizados para aquecer saunas e piscinas térmicas, que antes eram aquecidas por meio de gases presentes nas caldeiras do empreendimento, no entanto, a prática torna-se obsoleta, em virtude do perigo aos funcionários que manipulam o gás, assim como o risco ambiental gerado em decorrência da emissão de gases poluentes à atmosfera. Deve-se salientar que o *Beach Park* possui relação com cooperativa de catadores de lixo em Maracanaú. Por não haver estrutura, não ser licenciada, nem ter apoio da prefeitura a Cooperativa de Aquiraz não está inserida no processo, pois de acordo com a lei a empresa não pode entregar os resíduos para qualquer pessoa manejá-lo, soa quem tem licença ambiental para realizar essas ações.

O trabalho é realizado da seguinte forma: todos recicláveis são doados para a Cooperativa de Maracanaú, com manipulação e venda do material, já tendo beneficiado 80 catadores do aterro sanitário, ao invés das pessoas ficarem pondo vidas em risco catando lixo, é dado à oportunidade digna de trabalho. Com o dinheiro arrecadado na venda do material arranjam trabalho e não colocam a vida em risco, como faziam no aterro sanitário, ficando em contato direto com o lixo, exposto a graves problemas de saúde. Além desse trabalho no campo social, destaca-se também no ambiental, tendo em vista que parcela do lixo está sendo reciclada e não depositada em aterros sanitários, já que a lei define que devem ser descartados somente os rejeitos, aquilo que não pode ser reaproveitável. Outra ação de responsabilidade ambiental que o *Beach Park* organiza é projeto junto a agrônomos que compõe corpo técnico do empreendimento e com setor de gestão ambiental, para transformar resíduos orgânicos em composto orgânico. Dessa forma, não há necessidade de gastos para comprar esse material, nem descarte dele em aterros sanitários. O projeto engloba também manejo do lodo

que sobra no processo de reciclagem de água, este é colocado para secagem e serve de adubo orgânico para jardins do empreendimento, compondo mais uma ação positiva onde são realizadas plantação de mudas para distribuição.

Em outros *resorts* também foram identificadas ações responsáveis, mas vale ressaltar que são incipientes, como os projetos de capacitação de funcionários que contemplam trabalhadores por indicação, por exemplo, funcionários do mês que se destacam, tem oportunidade de se reciclarem, no entanto, o ideal seria que todos os funcionários participassem de projetos de capacitação, o que fortaleceria a responsabilidade social da empresa. Os demais empreendimentos não possuem projeto específico de responsabilidade socioambiental, mas realizam programas de reciclagem onde os funcionários têm acompanhamento e capacitação com um químico que aplica técnicas de manejo de resíduos sólidos. Outra ação em destaque na empresa estudada é a reutilização de recursos naturais como água, economia no uso de energia, doação de roupas e móveis usados, apoio a Associação Porto das Dunas na limpeza da praia. A economia de energia elétrica é realizada por meio de sensores instalados nos corredores do empreendimento. Esses sensores ligam e desligam automaticamente as luzes por meio de sensores de movimento; a água do rio artificial é outra ação de responsabilidade ambiental que se apresenta, pois é reaproveitada para irrigação da grama e da vegetação que se encontra no empreendimento.

O empreendimento possui poços artesanais, que captam águas em baixas profundidades entre cinco e seis metros. A água ao ser captada passa por uma miniestação de tratamento, que a torna própria para consumo, com qualidade superior a oferecida pela Companhia de Água e Esgoto do Ceará – CAGECE, essa qualidade ocorre em detrimento do volume de água tratada se apresentar em menor volume, é o que afirma o supervisor geral do empreendimento que fiscaliza a qualidade da água que passa por exames periódicos em laboratórios particulares e da própria CAGECE. A água obedece a um ciclo rotativo, pois é captada, tratada na estação; direcionada para consumo e aproveitada para irrigação infiltrando-se no solo e voltando novamente para o rio, que possui 2000 m de extensão. Pode-se dizer que empresas turísticas

na praia Porto das Dunas, desenvolvem mesmo que de forma lenta, ações de responsabilidade socioambiental. Com o surgimento da Associação Porto das Dunas, cresce a mudança de mentalidade nas empresas em detrimento das cobranças realizadas por essa associação, tornando-as responsáveis.

Empresa também deve ser responsável

A responsabilidade socioambiental é conceito novo, tendo em vista que se iniciou o debate há dez anos, fazendo com que ações de responsabilidade sejam absorvidas no dia-a-dia das empresas no Brasil. No entanto, destaca-se que o conceito merece maiores atenções e carece de bom entendimento para ser desenvolvido por profissionais e empresários. Sendo assim, trabalha-se o conceito para mostrar como empresas tornam-se responsáveis a partir do momento que são cobradas maiores atenções para com sociedade e natureza, e não se trata de fazer apenas “para inglês ver”. O tema responsabilidade social é debatido no Brasil e os esforços do sociólogo Herbert de Souza, “Betinho”, desenvolveram campanha contra a fome e a miséria junto às empresas. Na década de 1980, é fundado o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), com objetivo de democratização a informação sobre realidades econômicas, políticas e sociais no país, atuando dessa forma em conjunto com profissionais interessados na temática, chegando a empreendimentos (AMORIM, 2009).

Aplicando-se o conceito às empresas, a responsabilidade social exige melhor gestão da força de trabalho empregada, melhor qualidade de vida das pessoas na empresa e faz com que as responsabilidades se estendam para além da diminuição das horas de trabalho e das necessidades pessoais de cada empregado. As empresas socialmente responsáveis destacam-se pelo padrão de comportamento social, econômico, cultural e político (MELO NETO; FRÓES, 2000). De acordo com Leipziger e Coleman (2001, p.3) “está ocorrendo importante mudança no cerne do capitalismo global, mostrando que a rentabilidade não pode mais se basear exclusivamente em consumismo e competição”. E acrescenta-se nem na exploração da força de trabalho e degradação da natureza.

A ética da responsabilidade social emerge com intuito de amenizar os efeitos contraditórios das ações de irresponsabilidade social, dos globalismos ideologizantes, do domínio do dinheiro e dos consumismos sem controle. Nesse contexto, forma-se a totalidade, com individualismos, competição, alienação, contaminação, deterioração, banalização, desigualdades. Entretanto, por outro prisma vê-se que a realidade pode ser transformada, tendo em vista o desenvolvimento da coesão social, solidariedade, cooperação, cidadania, participação. A responsabilidade social tem como premissa estimular a cidadania individual e coletiva. As ações de responsabilidade social são estendidas a todos que participam da vida em sociedade, seja governo, empresas, grupos sociais, movimentos sociais, igreja, partidos políticos, instituições, empresas turísticas, indústrias. A responsabilidade social é atitude coletiva, engloba ações que envolvem empregados, gerentes, fornecedores, acionistas, clientes e ao final aglutina diversas e diferentes vontades sim chegam a um consenso; sempre buscando valorização da cidadania, inclusão social. Baseando-se em Melo Neto e Fróes (2000, p.80) empresas que se dizem responsáveis, necessitam desenvolver ações contínuas que constatem responsabilidade.

Gestão social e empresarial tem como foco atividades regulares da empresa, como saúde, segurança dos funcionários e qualidade do ambiente de trabalho. A empresa tem responsabilidades socioambientais no que tange a diminuição da poluição, da agressão aos recursos naturais; demissões excessivas, expropriação de comunidades no entorno da empresa e responsabilidades com os consumidores, ofertando segurança e qualidade nos produtos; abrange questões de bem-estar social. A empresa insere-se socialmente na comunidade, promovendo desenvolvimento social e colaborando na cidadania por meio de implantação de projetos sociais.

Nesse contexto, a sociedade procura alternativas que não são fáceis de desenvolver, cria soluções às questões que envolvem agressão a natureza em decorrência do modelo de sociedade que se vive, tendo em vista que o sistema capitalista progride dentro de uma lógica perversa que impacta ecossistemas, meio ambiente e recursos naturais. No capitalismo o desenvolvimento desigual e combinado, onde se gera emprego e renda, e ao mesmo tempo concentração de renda,

acumulação, expropriação, exclusão de pessoas, miséria, poluição, alienação dos trabalhadores (CABRAL, 2009), ou seja, riqueza e pobreza e conflitos e contradições.

Na década de 1970, assuntos que envolvem agressões ao meio ambiente e poluição foram amplamente discutidos, e já nos anos seguintes, surge às primeiras ações de planejamento ambiental e novos conceitos de meio ambiente e responsabilidade ambiental. Conceitos passam a ser amplamente divulgados assim como ações mitigadoras. É nesse momento, que os conceitos ambientais passam a ser absorvidos no planejamento estratégico das empresas, havendo mudança de mentalidade de empreendedores. Dessa forma, assuntos relacionados ao meio passam a ser absorvidos pelas empresas; pode-se afirmar que as ações foram motivadas pelo fato que a década de 1990, foi “manchada” por vários acidentes ambientais em diversos países. Empresas centram atenções no desenvolvimento econômico ocasionando perigo e risco ambiental à medida que se modifica o estado de equilíbrio da natureza. A relação homem/natureza é amalgamada por processo de exploração sem base na conservação dos recursos; não se toma como premissa a utilização dos recursos naturais de forma sustentável.

O cenário que se apresenta, atrai olhares mais atentos aos impactos ambientais ocasionados pelo avanço dos processos produtivos sobre a natureza, que se realizam de forma agressiva. O contexto exige que se repense o modelo econômico vigente, e nova realidade caminham aglutinados à preocupação com a qualidade de vida e preservação do meio ambiente, que se torna necessidade. Regulamentos e leis apresentam-se cada vez mais rígidos, as multas para o reparo de acidentes ambientais chegam a milhões de dólares. Penalidades e sentenças de prisão a executivos tornam-se realidade, ocasiona-se sérios impactos a economia das empresas de uma forma jamais vista. Empresas passam a investir na responsabilidade ambiental que faz a diferença entre superar a concorrência ou declinar economicamente. Dessa forma, tornam-se necessárias estratégias que tenham como premissa desenvolver eficiente a gestão ambiental (CÂMARA, 2009). Assim a sociedade gradativamente cria consciência ambiental e passa a cobrar das empresas maiores responsabilidades. A “violência da informação” apontada por Santos (2001) faz com que as pessoas tenham acesso

rápido às notícias, ao conhecimento, as informações deixando-as cada vez mais esclarecidas dos direitos e deveres de se ter um meio ambiente saudável, para maior qualidade de vida como destaca Câmara (2009, p.86). A crescente exposição na mídia sobre os danos que as organizações vêm causando ao meio ambiente fez surgir à preocupação com o futuro da produção empresarial. Essa exposição, aliada à melhoria do nível educacional da sociedade e à velocidade de disseminação das informações, provoca o surgimento de um novo mercado consumidor que, por estar mais informado e esclarecido, torna-se mais exigente, pressionando as empresas a adotarem atuação mais responsável.

É no desabrochar da década de 1970 que se inicia o despertar mundial da consciência ecológica, quando surgem os efeitos impactantes ocasionados pelo desenvolvimento econômico. As empresas mostram-se cada vez mais motivadas a “desenvolverem responsabilidades ambientais dentro do modelo de gestão empresarial, em decorrência da forte exigência do mercado, pressão da sociedade e regulamentação ambiental” (MACHADO; OLIVEIRA, 2009). A ampliação da preocupação ambiental nas últimas décadas contribuiu de maneira significativa, para mudança de mentalidade dos empresários, que se que se adéquem às novas legislações que protegem o meio ambiente. Associações, comunidades e sociedade gradativamente pressionam as empresas a incorporem valores e ideologias, que dizem respeito à democracia, igualdade de oportunidades, saúde, segurança do trabalho, proteção ao consumidor; agregando valores e procedimentos operacionais que busque um meio ambiente limpo e saudável (CÂMARA, 2009). Desenvolver ações de responsabilidade socioambiental é encontrar maneiras de minimizar as ameaças que incidem sobre os empreendimentos, responsabilidades essas que visam contribuir para a sustentabilidade não só da empresa, mas do mundo, da sociedade, comunidades, pessoas.

A cobrança da responsabilidade socioambiental no Porto Das Dunas

Implanta-se no Porto das Dunas projeto com objetivo de cobrar por maior infraestrutura e ordenamento territorial na praia. A decisão definida, é que o crescimento da praia seja acompanhado por uma

associação de moradores. O projeto apresentado ao empreendimento *Beach Park* é absorvido de imediato, e implementado no final de 2009. Para que fosse mais bem articulada à associação agrega moradores e empreendedores. Os empreendimentos associados são desde os de pequeno porte aos megaempreendimentos. A associação prioriza a busca de um ideal, obter membros associados para lutar pela mesma causa, pela cobrança e ações de responsabilidade socioambiental. A ideia do projeto é reunir o maior número de empreendimentos, para estruturar a associação, para lançar exigências e propostas. Inicia-se a cobrança de responsabilidades socioambientais ao poder público estadual e municipal. A associação lança propostas e projetos alternativos para o desenvolvimento sustentável e passa a desenvolver ações concretas que o poder público não consegue realizar: como o projeto praia limpa. A associação emerge em 2010 com intuito de propor desenvolvimento sustentável para o Porto das Dunas.

A associação luta para que a praia Porto das Dunas não passe por processos de degradação, e que tenha capacidade de crescimento, porém de forma sustentável, com responsabilidade socioambiental, com infraestrutura, valorização imobiliária, valorização como destino turístico, moradia qualificada, segurança; e que de fato apresente-se como espaço gerador de emprego e renda principalmente para o município de Aquiraz. Contam com apoio de dezenove associados, destes apenas quatro são residências, os demais são empreendimentos turísticos e os condomínios como sócios fundadores da associação, como *Aquaville*, Portamaris, Calamari, Vila do Porto, Beach Park. Os associados contabilizam um total de 750 unidades habitacionais em condomínios ou residências e em torno de 600 unidades de hotéis.

A associação faz cobranças ao prefeito de Aquiraz com gestão que apresenta relação estreita com a associação, assim como a secretaria de meio ambiente, secretaria de turismo e de infraestrutura do município ajudam no desenvolvimento dos objetivos. No entanto, com a mudança de gestão e a posse de novo prefeito³⁰, volta tudo a zero, ou seja, o processo de construção de relações é retomado. A secretaria que se

30 O atual prefeito de Aquiraz é Antônio Guimarães.

apresenta mais próxima da associação na nova gestão é a de turismo³¹, que se mostra proativa em termos de discutir projetos, dar respostas imediatas e soluções para alguns problemas.

A secretaria de infraestrutura do município de Aquiraz mostra certo distanciamento, o que fez com que a Associação cobre ostensivamente ações, como obras de drenagem, pavimentação, limpeza urbana; cobranças que se estendem também as outras secretarias. Segundo a associação, um dos problemas de maior urgência no Porto das Dunas é o nível de ocupação, de adensamento de empreendimentos; e alguns locais da praia ainda se apresentam sem infraestrutura básica para fixar empreendimentos. Por esse motivo, a associação participa ativamente da reformulação do plano diretor de Aquiraz, para impor medidas mais restritivas na consolidação de empreendimentos e obras que ampliam os problemas existentes. A Associação Porto das Dunas é responsável por colocar no plano diretor parâmetros mais rigorosos nas construções realizadas na praia, para que não ocorra adensamento que o ambiente não comporte.

As cobranças se estendem à Secretaria de Turismo do Ceará - SETUR, que promete a quantia de 90 milhões de reais para obras de drenagem e pavimentação de toda malha do Porto das Dunas. A secretaria de turismo fecha convênio com a CAGECE, para desenvolver e fortalecer projetos na área de drenagem; as cobranças realizadas, as conversas com o secretário de turismo, com os engenheiros, mostraram que se deve dar prioridade a obras para melhoria do Porto das Dunas. Enquanto, se espera o início das obras, é cobrado intensivamente da prefeitura que mantenha a situação suportável até que encontre solução definitiva. A prefeitura em períodos de chuva realiza manutenções periódicas, para melhorar os acessos; tendo em vista que ocorreram várias cobranças para melhoria das ruas. No entanto, a prefeitura pouco nada, mas as cobranças são realizadas, para obtenção de respostas a problemas pontuais, mas são soluções passageiras e não definitivas. Construções de ruas são interrompidas prejudicando o acesso a hotéis, condomínios; a associação junto com associados organiza-se e fez obra das ruas, para permitir o acesso aos empreendimentos. Na figura 1,

31 Secretaria de Turismo de Aquiraz é Indira Guimarães.

observa-se a localização dos empreendimentos onde foram identificadas ações de responsabilidade socioambiental.

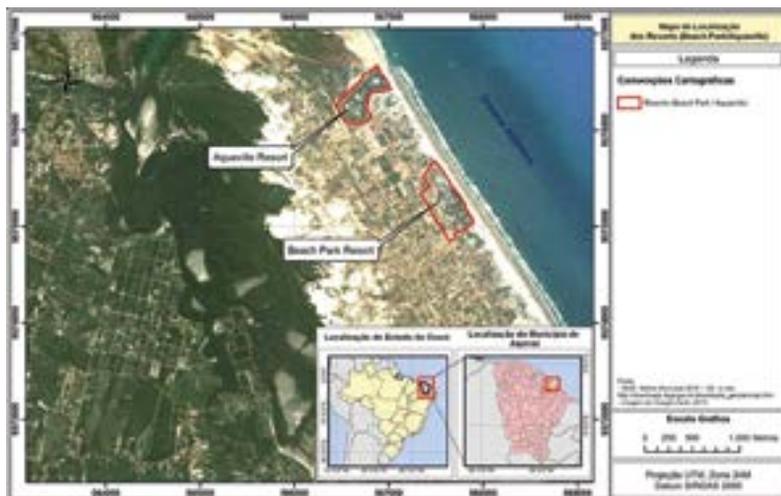


Figura 1 - Localização dos Resorts dos Porto das Dunas

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE malha municipal 2010.

Outra cobrança realizada, na praia Porto das Dunas apresentada na Figura 1 é de limpeza urbana, onde se realiza trabalho de fiscalização intenso junto a prefeitura, para melhorar qualidade e intensidade do serviço. Quando a coleta não é realizada cobra-se da prefeitura e da empresa responsável. E por meio da parceria com prefeitura e a empresa que se desenvolve o projeto bairro limpo, tendo em vista que a prefeitura só envia caminhões para recolher o lixo dos condomínios, mas não para realiza limpeza das áreas verdes. Com fortes cobranças junto a prefeitura, a associação consegue organizar efetivo de sessenta pessoas, alguns caminhões coletores de lixo, pás mecânicas para realizar limpeza nas áreas verdes que estavam sendo transformadas em terrenos baldios.

A associação, também batalha para o manejo da Área de Preservação Ambiental – APA do rio Pacoti, que não possui passeio turístico, de barco, trilha ecológica. Enfatizam que pode haver aproveitamento do espaço, para visitação e não para construções, especulação imobiliária.

Realizam alguns pedidos ao governo do estado e a secretaria de meio ambiente, para que se realize um plano de manejo para a APA, para efetivar regulamentação e que se explicita de maneira concisa o que deve ou não ser feito na área, mas o pedido foi contestado pela justiça federal, tendo em vista, que há interesses imobiliários para fornecer o local para construção de empreendimentos. No quesito segurança, a associação mantém contatos regulares com a polícia militar, ronda do quarteirão, Bptur, comando de policiamento do município; cobra intensificação de viaturas, número de rondas, no entanto, a carência de policiamento e o aumento do número de assaltos no Porto das Dunas, fez a associação desenvolver plano de segurança particular. Contratam empresa de consultoria em segurança, a mesma que construiu o projeto de segurança para o Porto de Suape em Pernambuco, ou seja, a empresa possui conhecimentos em projetos de segurança para grandes áreas. Foram apresentadas propostas de quatro empresas, e as escolhidas foram Hiseg e Singular³²; o projeto realiza monitoramento em quatro locais específicos; monitoramento de câmeras nos principais pontos de acesso, saída, áreas estratégicas e de maior concentração de visitantes; o monitoramento é realizado por meio de câmeras de alta definição, que possuem alcance de 800m. As imagens são controladas pelo centro de controle que se localiza na sede da associação. Além disso, existe ligação direta com a polícia militar, diante de algum problema na área de atuação do plano de segurança, a polícia é imediatamente acionada.

O plano é aberto para os associados que queiram aderir, 70% já fazem parte do plano de segurança, no entanto, por ser um plano particular tem um custo para todos aqueles que queiram utilizá-lo, mesmo com a existência do plano de segurança particular a associação continua realizando cobranças a secretária de segurança e a polícia militar para que continue dando apoio à segurança no local. Existem cobranças na área de saúde, no Porto das Dunas a associação lutou para conseguir reativar o posto de saúde, tendo em vista que o único empreendimento que possui ambulatório para atender os turistas é o Beach Park, mas com a mudança de gestão o posto foi novamente fechado, se houver necessidade de atendimento a um turista não há

32 De acordo com a Associação, o plano de segurança começou a ser desenvolvido em 2011, as empresas citadas iniciaram as atividades em outubro de 2012.

local que dê suporte para atendimento. A Associação luta para manter também um grupo escolar que existe e possui projetos em andamento para articular-se e ajudar ONGs de músicas e de dança de Aquiraz. Nesse contexto, os objetivos da Associação Porto das Dunas ganha destaque, cobra do poder público ações de quem está instalado e quem venha a se instalar, para que consigam viver, trabalhar, morar de forma tranquila, que os problemas existentes sejam solucionados e que períodos de calma não se estabeleçam apenas em momentos de baixa estação, mas também em alta estação. A carência de segurança seja solucionada, para dar maior confiabilidade aqueles que visitam a praia, espaço prioritário e *locus* do turismo de sol e praia no Ceará.

Conclusão

Porto das Dunas é um “ponto luminoso” no litoral leste do Ceará, ganha destaque no turismo e espaço especial de visitação. A construção do parque aquático *Beach Park* e as mudanças socioespaciais ocasionadas pela prática de veraneio, lazer e turismo, modificam e “turistificam” a praia, que passa a absolver técnicas continuamente para manter-se nas rotas turísticas. O município de Aquiraz, ao qual a praia faz parte, mantém fluxos turísticos intensos em decorrência da proximidade, dos equipamentos turísticos e das relações intrínsecas que mantêm com a Metrópole, além de integrar a Região Metropolitana.

Os *resorts* que se territorializam nas praias ocasionam diversos impactos e certo desordenamento territorial, em decorrência da falta de medidas restritivas as construções, que realizadas de maneira acelerada, avançam sobre faixa de praia, ocupando campo de dunas, impactando o litoral. Porto das Dunas apresenta infraestrutura de qualidade nos empreendimentos como conforto, segurança, belas paisagens, tranquilidade, mas isso não pode ser observado para além dos muros dos empreendimentos, pois a praia carece de pavimentação, problemas com coletas de lixo, drenagem pluvial, segurança. Os problemas precisam ser resolvidos, para que Porto das Dunas não mostre apenas a beleza da praia e das instalações internas dos *resorts*, mas também apresente responsabilidade socioambiental para com moradores, visitantes, veranistas e turistas. Apesar dos impactos registrados pelas construções dos empreendimentos estes vem realizando ações de

responsabilidade socioambiental junto com a Associação Porto das Dunas, que cobra ostensivamente dos órgãos municipais, estaduais e dos próprios empreendimentos medidas de maior responsabilidade. As ações de responsabilidade social sensivelmente amenizam os impactos ocasionados no Porto das Dunas.

As ações de responsabilidade socioambiental identificadas no *Beach Park* foram o reaproveitamento dos efluentes, por meio de estação de tratamento própria do empreendimento; utilização de energia solar para aquecer saunas e piscinas térmicas; utilização de matéria orgânica para fabricação de adubo; manejo de resíduos sólidos e doação para cooperativa; apoio a instituição de ensino; capacitação de funcionários e assistência; doações a associações carentes, assim como dia de lazer das crianças dentro do empreendimento. Nos condomínios as ações captadas foram em menores proporções, como o reaproveitamento de água; economia de energia, por meio de sensores de movimento instalados nos corredores; poços artesianos utilizados para captação de água; estação de tratamento de água própria, para melhorar a qualidade, capacitação de alguns funcionários e reciclagem de materiais.

O desenvolvimento de ações de responsabilidade socioambiental é absorvido pelas empresas que buscam se manter no mercado e assegurar imagem, para que não passe por processo de declínio e cobrança de multas por crimes ambientais. As empresas desenvolvem ações por conta das cobranças realizadas por moradores, comunidades, associações; vale ressaltar que as mudanças de postura das corporações são decorrentes da forte pressão que a sociedade realiza. Apesar da cobrança que a associação Porto das Dunas realiza, é necessário que os órgãos competentes também fiscalizem e trabalhem em conjunto para que as ações sejam desenvolvidas por todos os empreendimentos, desde pousadas, casa de veraneio e *resorts*. Apesar de alguns empreendimentos estarem praticando responsabilidade socioambiental, necessita-se ampliar as ações que ainda são incipientes, mas que vem sendo realizadas, para que dessa forma a sociedade sustentável e responsável que tanto almejamos não seja utopia, mas sim realidade.

Bibliografia Consultada

- ABNT, Associação Brasileira de Normas Técnicas -. **ISO 14000**. Disponível em: <<http://pactoglobalcreapr.files.wordpress.com/2010/10/iso-14000-sist-gerenc-ambiental.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2013.
- ALBUQUERQUE, José de Lima. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social**. São Paulo: Atlas S.a, 2009. p. 130-151.
- AMORIM, Tânia Nobre Gonçalves Ferreira. Responsabilidade Social Corporativa. In:
- ANDRADE, Rony Iglecio Leite de. **Dinâmicas e conflitos na zona costeira de Aquiraz: Porto das Dunas e Prainha em análise**. 2008. 151 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Geografia, Departamento de Geografia, Universidade Estadual do Ceará - UECE, Fortaleza, 2008.
- BARBOSA, Luciana Maciel; CORIOLANO, Luzia Neide. Políticas públicas de turismo no Ceará: conflitos e contradições. **ANPTUR**, Santa Catarina, p.1-12, 02 out. 2011.
- BRASIL. IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades: Ceará, Aquiraz**. Disponível<<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=230100&search=ceara|aquiraz>>. Acesso em: 31 out. 2013.
- CÂMARA, Renata Paes de Barros. Desenvolvimento Sustentável. In: ALBUQUERQUE, José de Lima. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social: conceitos, ferramentas e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2009. p. 70-92.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A condição espacial**. São Paulo: Contexto, 2011. 157 p.
- CABRAL, Romilson Marques. Organizações e Meio Ambiente. In: ALBUQUERQUE, José de Lima. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social**. São Paulo: Atlas S.a, 2009. p. 28-47.
- CONAMA, Conselho Nacional do Meio Ambiente -. **Resolução CONAMA 1/86, de 23 de janeiro de 1986**. Disponível em:<http://licenciamento.cetesb.sp.gov.br/legislacao/federal/resolucoes/1986_

Res_CONAMA_1_86.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2013.

CEARÁ, Superintendência Estadual do Meio Ambiente. **Condomínio Aquaville**: Estudo de impacto ambiental, (EIA-RIMA) Vol. I, II e III Fortaleza: SEMACE, 1995. 300 p.

CEARÁ, Superintendência Estadual do Meio Ambiente - **Cesar Towers Beach Park Resort**: Estudo de impacto ambiental, (EIA-RIMA). Fortaleza: SEMACE, 1984. 200 p.

CEARÁ, Superintendência Estadual do Meio Ambiente - SEMACE. **Complexo de lazer**: associação atlética Banco do Brasil, Aquiraz - Ce. Estudo de impacto ambiental, (EIA-RIMA). Fortaleza: Semace, 2013. 500 p.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. Litoral do Ceará: espaço de poder, conflito e lazer. **Gestão Costeira Integrada**, Santa Catarina, n., p.277-287, 22 jul. 2008.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T.; SAMPAIO, Camila Freire. Veraneio, turismo e especulação imobiliária no Porto das Dunas: Litoral Cearense. In: CORIOLOANO, Luzia Neide M. T.; VASCONCELOS, Fábio Perdigão. **Turismo, Território e Conflitos imobiliários**. Fortaleza: Ed.UCECE, 2012. p. 201-218.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**: Do fim dos territórios à multiterritorialidade. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrandbrasil, 2009. 395 p.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005. 251 p.

LEIPZIGER, Mcintosh; COLEMAN, Jones. **Cidadania corporativa**: estratégias bem-sucedidas para empresas responsáveis. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. 344 p. Bazán Tecnologia e Linguística Ltda.

MADRUGA, A. Moacyr. **Litoralização da Fantasia da Liberdade a Modernidade Autofágica**. (Dissertação de mestrado). São Paulo: USP, 1992.

MELO NETO, Francisco de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa**: o caso brasileiro - Da filantropia

tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000. 189 p.

MACHADO, André Gustavo Carvalho; OLIVEIRA, Ricardo Luciano de. Gestão Ambiental Corporativa. In: ALBUQUERQUE, José de Lima. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social**. São Paulo: Atlas S.a, 2009. p. 93-114.

MAMEDE, Yuri. [Presidente da associação Porto das Dunas Entrevista concedida 09 de setembro de 2013].

MARTINS, Márcia Barbosa; VASCONCELOS, Fábio Perdigão. Impactos da implantação de *resorts* na área de proteção ambiental: APA das dunas da Lagoinha, Ceará, Brasil. In: CORIOLANO, Luzia Neide M. T.; VASCONCELOS, Fábio Perdigão. **Turismo, território e conflitos imobiliários**. Fortaleza: EdUECE, 2012. p. 219-230.

SAMPAIO, Camila Freire. **O Turismo e a Territorialização dos Resorts**: a Praia do Porto das Dunas como “enclave” em Aquiraz - Ce. 2009. 185 f. Dissertação (Mestrado em Geografia), Mestrado Acadêmico em Geografia, Universidade Estadual do Ceará - Uece, Fortaleza, 2009.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001. 174 p.

SANTOS, Milton. **Território e Sociedade**: entrevista com Milton Santos. 2. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000. 127 p.

SILVA, Marília Natacha de Freitas. Os resorts residenciais na Região Metropolitana de Fortaleza (Ceará, Brasil). **Turismo e Sociedade**, Curitiba, v. 6, n. 1, p.42-57, 20 jan. 2013.

SOUZA, Eпитácio Alves. [Supervisor operacional do Aquaville – Entrevista concedida 1 de novembro de 2013]

VALE, Caroline Uchoa do. [Gerente do sistema de férias, *Time share* no Aquaville – Entrevista Concedida 29 de setembro de 2013].

VASCONCELOS, Fábio Perdigão; CORIOLANO, Luzia Neide. Impactos Socioambientais no Litoral: um foco no turismo e na gestão integrada da zona costeira no Estado do Ceará/Brasil. **Revista da**

Gestão Costeira Integrada, Santa Catarina, p.259-275, 30 out. 2008.

VASCONCELOS, Fábio Perdigão. Turismo, meio ambiente e responsabilidade social das empresas do turismo. In: CORIONALO, Luzia Neide. **Cadeia Produtiva do Turismo**. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2008. p. 354-368.

TURISMO E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EM HOTEIS DE CHARME

Lílian Lusitano Cysne³³

Luzia Neide Coriolano³⁴

Introdução

A diversidade de segmentos turísticos no mercado fez surgir inúmeros tipos de meios de hospedagem, com especificidades para atendimento à diversidade de públicos. Entre eles estão albergue, *hostel*, *camping*, *eco resort*, estalagem, hospedaria, *flat*, *apart-hotel*, hotel e subdivisões: executivo, resort, fazenda, histórico, escola, pousada, cama e café, motel, *camping*, em especial hotéis de charme e *boutique*. Hotel de charme, objeto da investigação, para se adequar ao mercado em concorrência com as redes de grandes hotéis investe em perfil mais arrojado, volta-se para mercado específico onde a diferenciação de atrativos da hospedagem e criatividade são aliados à implantação da sustentabilidade hoteleira com foco na responsabilidade socioambiental. Ao se associar segue normas para atuar de forma mais competitiva no mercado. O objetivo do artigo é investigar o diferencial dos hotéis de charme como meio de hospedagem. Adota-se metodologia exploratória com visão crítica, no sentido de entender embates e jogos de interesses dos agentes. Realiza-se pesquisa institucional, bem como análise bibliográfica que ajuda teorizar a realidade investigada, de como os pesquisadores entendem o conceito de hotel de charme, as diferenciações do segmento hoteleiro em contraponto com outras categorias tradicionais de hotéis. Por se transformar em estratégias de *marketing* no turismo contemporâneo, hotel de charme é tendência no

33 Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará; Advogada e especialista em direito ambiental pela Universidade de Fortaleza.

34 Professora Dr^a. da Pós Graduação em Geografia– PROPGEO/UECE. Sub-Coordenadora do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos – MPTUR/UECE. Coordenadora do Laboratório de Estudos do Território e Turismo – NETTUR/UECE. Líder do grupo de pesquisa do CNPq Turismo, território e cultura. Pesquisadora do CNPq.

turismo sustentável, na contemporaneidade de hotelaria independente, devido à flexibilidade que os empreendimentos têm em personalizar serviços, voltando-se a mercados específicos. O diferencial do hotel de Charme além das especificidades a ele inerente é adotar prática de hotelaria sustentável

Conhecer hotel de charme implica entender turismo como atividade consumidora da natureza e inovadora de espaço, que se segura em cadeia produtiva e tem na hospedagem, elo inovador. O crescimento do turismo nas últimas décadas ocorre como consequência da fuga de tumultos em grandes conglomerados urbanos pelas pessoas que tentam recuperar equilíbrio psicofísico em contato com ambientes naturais, durante o tempo livre. O acréscimo de pessoas com sensibilidade ecológica em ambientes naturais torna fundamental o planejamento de espaços e equipamentos que mitiguem danos ambientais. O entendimento de que os recursos naturais são escassos fez entender que precisam ser gerenciados para estar disponíveis e, sobretudo levanta o debate da sustentabilidade que passa a ser tema mundial. Partindo-se dessa premissa, estabelece-se como turismo sustentável aquele que segue princípios da sustentabilidade para garantia e defesa da natureza e da cultura local. Desde a década de 1980 que o cenário da hotelaria passa por modificações para atender exigências de clientes e da sustentabilidade socioambiental, depois de tantas degradações. O objetivo do artigo é investigar hotéis de charme como diferencial em meio às hospedagens. Adota-se metodologia exploratória com visão crítica, no sentido de entender embates e jogos de interesses dos agentes de hospedagens. Entende-se o objeto como totalidade e assim evitam-se antagonismos. Realiza-se pesquisa institucional, bem como análise bibliográfica que ajudam teorizar a realidade estudada.

A despeito da variedade de meios de hospedagens e constante transformação do turismo, surgem: hotel fazenda, hotel histórico, cama e café e hotéis exclusivos com variações de hotéis de charme, boutique, design e luxo. Os de charme oferecem acomodações e serviços personalizados, estão na categoria de hotéis exclusivos, equivalentes a hotéis boutiques, surgidos nos Estados Unidos, na década de 1980, introduzindo design especial que caracteriza estilo e decoração, tornando o ambiente aconchegante e quase informal (CAMPOS, 2005).

Categoria posteriormente disseminada pela Europa, com denominação de exclusivo, design, boutique, luxo. Hotel boutique é originário da América do Norte e sugere intimidade, ambientes luxuosos, peculiares e consumo. Esses transformam a indústria de viagens por meio de design sofisticado, preços elevados e hospedagem de celebridades, com sinais de crescimento no mercado hoteleiro. O luxo e o requinte remetem o sentido de superioridade, ostentação e experiências raras, e o design busca tornar o produto esteticamente agradável, atraente, sedutor e funcional. Esses hotéis se alocam preferencialmente em campos, montanhas ou litorais. Entretanto, é pelo design que busca simultaneidade entre conforto do uso e beleza estética, além da forma e função bem pensadas, planejadas, harmoniosas. O luxo do design transcende ao mero luxo pelo requinte de coisas caras. Netto e dos Reis Ansarah (2009, p. 238) asseguram que existem estabelecimentos com propostas inovadoras e o grande diferencial recai sobre a decoração e a arquitetura. O requinte não se mede pelas estrelas, mas pelo estilo. Charme é uma nova hotelaria e para os autores “se fôssemos nos referir às estrelas, estas não teriam números, mas assinaturas de designers”.

Por certo, definir a tipologia do empreendimento não é suficiente para exigente demanda de mercado, não sendo possível ficar adstrito ao conceito que combina instalações com serviços de diferenciação. Quanto mais atributos, ressaltados da arquitetura, ambientação, oferta de serviços e perfil da gestão, mais fácil classificação. A hotelaria responde à complexa dinâmica do mercado valoriza experiências e sensações, sofisticação e design. Os hotéis de charme reproduzem a tendência do turismo contemporâneo, atentando para o consumo por produtos com design, com marcas de consumo de charme, exclusividade, raridade e naturalidade. Assim, os hotéis trabalham conceitos de hospitalidade incomuns, voltados à sensibilidade que possibilite ao hóspede usufruir de experiências não facilmente encontradas que justificam a escolha do produto.

O hóspede está disposto a pagar mais caro por serviços diferenciados com políticas ecologicamente corretas. Empreendedores são atraídos pela demanda e necessidade de acompanhamento de mudanças de hábitos de usuários que buscam

não só hospedagem, mas experiência, além da certeza de que a empresa se preocupa com a preservação do ambiente. Para preenchimento do nicho, surgem no mercado meios de hospedagens, hotéis exclusivos, de charme, boutique, design, que apesar de não estarem descritos nas modalidades das novas matrizes de classificação hoteleira oficial SBclass, existem em diversos países, buscam foco no bem-estar do hóspede e na sustentabilidade atrelada à ética e responsabilidade social e ambiental.

Responsabilidade socioambiental de empreendimentos turísticos à luz de conceitos

Desde o final da década de 1980, ética e responsabilidade social dizem-se temas importantes na administração e gestão organizacional de empresas. Segundo Albuquerque (2009, p. 130), não basta produzir bens e serviços para serem consumidos, é preciso gerar relação saudável com o meio em que se está inserido e agir com responsabilidade social em relação à comunidade. Empresas começaram a mudar ações em relação ao trabalhador, direito do consumidor e direito ambiental. Na comunidade empresarial, gestores tomam consciência da função ética de respeito aos direitos e promoção do bem, entre os agentes afetados pelas empresas. A sociedade tem mais consciência em relação à necessidade de práticas de desenvolvimento sustentável, na busca do equilíbrio da capacidade de satisfação das pessoas, sem comprometimento das gerações futuras. Pelas transformações, as organizações, independentemente de porte e segmento têm considerado, por opção, as exigências do mercado, transparência, ética, e responsabilidade socioambiental na produção de negócios.

Empresas são convidadas a se voltarem para o social, o que representa o desejo coletivo que valoriza o voluntariado em defesa de causas que buscam o bem-estar social. Melo, Moura-Leite e Padgett (2012) asseveram que o debate sobre responsabilidade social corporativa assume papel crítico, devido ao crescimento acentuado de empresas que geram impactos em áreas não relacionadas às atividades. A responsabilidade social associada ao compromisso de empresa em garantir ao funcionário e/ou comunidade, cumprimento de direitos do trabalho, além de benefícios que se expressam, por meio de indicadores sociais internos mostrando gastos com alimentação, saúde, segurança

e capacitação. Melo Neto e Froes (1999, p. 87) mostram assim, que o comprometimento do empresário reside na adoção de “comportamento ético e contribuição para o desenvolvimento econômico, melhoria da qualidade de vida dos empregados e familiares, da comunidade e sociedade”. Já a responsabilidade social corporativa (RSC) gradativamente ganha adeptos na esfera empresarial, faz-se expressão comum, embora não bem compreendida. Teoricamente, empresas se dizem socialmente responsáveis, mas, na prática, deixam a desejar em ações diárias, afirma Albuquerque (2009). Para Nejaim (2009), as empresas de postura socialmente responsável, fazem-no pela obediência de leis e normas éticas, tratamento justo ao empregado, cuidados com o meio ambiente e contribuições às ações sociais. Barros e Tenório (2007) complementam que a pressão exercida pela sociedade sobre as organizações para que sejam socialmente mais justas e responsáveis, faz a responsabilidade social avançar à medida que a competição se torna mais globalizada entre empresas que buscam se diferenciar frente aos concorrentes.

A dificuldade de consenso, entre as inúmeras definições de responsabilidade social corporativa, explica-se pelas diferenças de contexto sociocultural e econômico em que cada uma foi concebida. (ALBUQUERQUE, 2009). Diz Wood (1991, p. 693) que a responsabilidade é “configuração de princípios de responsabilidade social, processos de conformidade social e políticas, programas e resultados observáveis relacionados com as relações das empresas com a sociedade”. Daft (1999, p. 88), define-o como “obrigação da administração de tomar decisões e ações que contribuam para o bem-estar e os interesses da sociedade e da organização”. Ribeiro e Carvalho Neto (2006) afirmam que cada vez mais as organizações do setor privado mostram-se interessadas em atividades de responsabilidade social empresarial e propagação de práticas. Porém nem sempre o discurso empresarial revela-se na prática. É pouco comprovada a eficácia das atividades sociais de institutos e fundações, sobre responsabilidade de empresa privada, é que a avaliação dos projetos sociais não tem sido prática generalizada no Brasil. Bateman e Snell (2009) definem responsabilidade social da empresa com a extensão do papel da organização, além dos objetivos econômicos. O governo cria

leis e regulamentos para normatizar a responsabilidade da empresa, e as políticas públicas regulamentam e apoiam ações para a sociedade e o meio ambiente. O Instituto Ethos³⁵ (2009) diz que responsabilidade social é:

Forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade. Isso deve ser feito preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

A norma brasileira NBR 16001: 2012, da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT - estabelece requisitos mínimos do sistema de gestão da responsabilidade social, permitindo que a organização formule e implemente política e objetivos que levem em conta compromissos com a responsabilidade. Incorporando transparência, comportamento ético, respeito pelos interesses das partes interessadas, atendimento a requisitos legais e requisitos subscritos pela organização. Além de respeito às normas internacionais de comportamento, respeito aos direitos humanos e promoção do desenvolvimento sustentável. Assim define responsabilidade social como:

A responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, por meio de um comportamento ético e transparente que: contribua para o desenvolvimento sustentável, inclusive a saúde e o bem-estar da sociedade;

35 Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – Trata-se de uma OSCIP: OSCIPs são ONGs criadas por iniciativa privada, que obtêm um certificado emitido pelo poder público federal ao comprovar o cumprimento de certos requisitos, especialmente aqueles derivados de normas de transparência administrativas. Em contrapartida, podem celebrar com o poder público os chamados termos de parceria, que são uma alternativa interessante aos convênios para ter maior agilidade e razoabilidade em prestar contas.

leve em consideração as expectativas das partes interessadas; esteja em conformidade com a legislação aplicável e seja consistente com as normas internacionais de comportamento, e esteja integrada em toda a organização e seja praticada em suas relações. (NBR 16001:2012).

Conforme a ISO 26000³⁶ responsabilidade social é expressa pelo desejo e propósito de organizações em incorporar considerações socioambientais em processos decisórios e responsabilizar-se pelos impactos de decisões e atividades da sociedade e meio ambiente, o que implica comportamento ético e transparente que contribui para o desenvolvimento sustentável, em conformidade com leis aplicáveis de forma consistente com as normas internacionais de comportamento. Também implica integração na organização, praticada nas relações, que leve em conta os interesses das partes. A noção de que empresa tem deveres com a sociedade está firmemente anunciada, embora exista controvérsia entre diferentes pontos das relações empresariais com a sociedade. Para melhorar a compreensão da relação, Carroll (1979) sugere que as empresas assumam responsabilidades, a fim de serem considerados bons cidadãos corporativos: econômica, legal, ética e filantrópica (chamada de “altruísta”). A definição dá noção explícita, uma vez que o autor sustenta que responsabilidades econômicas e legais são “necessárias”, responsabilidades éticas são “esperadas”, e as filantrópicas são “desejadas”. (CARROLL, 2000). Desse modo, faz-se distinção entre clássicas e novas responsabilidades da empresa. As clássicas são as incorporadas às responsabilidades econômicas e legais, reflexo de antigos contratos entre empresa e sociedade, as novas se incorporam às éticas e filantrópicas que refletem o novo, e mais amplo contrato social entre empresa e sociedade (CARROLL e SHABANA, 2010). Baseado na obra de Carroll, (1979), Lantos (2001) aponta que relação entre empresa e sociedade é determinada por regras e leis (“responsabilidades legais”), deveres éticos e também pela estratégia da empresa.

36 Norma Internacional ISO 26000 – Diretrizes sobre Responsabilidade Social, lançada em Genebra, Suíça. No Brasil, lançada dia 8 de dezembro de 2010, a versão em português da norma, a ABNT NBR ISO 26000.

Deveres legais implicam cumprimento da lei e jogo segundo regras da sociedade considera leis e regulamentos código de ética da sociedade. Deveres éticos superam as limitações dos legais (CARROLL, 1979; LANTOS, 2001). Na categoria ética, proposições e iniciativas práticas que seguem suposições teóricas, governam-se por princípios éticos e morais, sem necessidade de se ater ao desempenho organizacional ou aos resultados da empresa. De acordo com Donaldson e Preston (1995), devido à conscientização da empresa “e a dependência para com a sociedade”, esta assume papel proativo, adequando decisões às práticas esperadas pela sociedade, embora não necessariamente reguladas pela legislação. Chryssides e Kaler (1996) chamam o fenômeno de “teoria da coincidência”, em que “a virtude e prosperidade - da sociedade e da empresa - por acaso coincidem”. Nessa linha de pensamento, a empresa é chamada a desenvolver atividades de responsabilidade social de acordo com potenciais contribuições aumentem o desempenho dos negócios. E assim iniciativas de responsabilidade social empresarial e estratégicas confundem-se com categoria ética. Considera-se que a principal diferença é motivação da ação. Categoria ética leva em consideração iniciativas que não visam a aspectos econômicos (O'DWYER, 2003). Waddock (2008) afirma que a iniciativa ética traz benefícios à empresa. Atente-se para a diferença entre responsabilidade ética e altruísta. A primeira é limitada por áreas impactadas pelas atividades da empresa, e a segunda, por iniciativas da empresa que ultrapassam a prevenção ou retificação dos danos provocados (LANTOS, 2001). A dificuldade de identificação das ações altruísticas é que quase sempre a empresa se beneficia delas, mesmo sem intenção (FOMBRUN E SHANLEY, 1990). No momento em que a empresa esforça-se na iniciativa, construção de creche, por exemplo, pode - no conceito de empresa - beneficiar-se, uma vez que a iniciativa se faz pública. Em sentido prático, é altamente improvável considerar iniciativa puramente altruísta.

De acordo com Lantos (2001), a abordagem aproximada à categoria de ações altruístas são aquelas não diretamente relacionadas com a atividade principal da empresa, nem ligadas diretamente ao seu objetivo e das partes interessadas. Nesse caminho, pelo menos conceitualmente, a empresa não está “explorando” intencionalmente iniciativas, levando-as em direção à sua estratégia de negócios, embora

seja difícil observar ações altruístas que criam reputação positiva da empresa (WOOD, 2010). Porter e Kramer (2006, apud MELO ET AL., 2012) explicam que a responsabilidade estratégica são atividades não necessariamente ligadas à ética ou a razões legais, se não movidas pela estratégia global da empresa, mesmo que a responsabilidade da empresa seja vista como ética ou altruísta por parte da sociedade. No caso específico da hoteleira, estudos sobre questões de responsabilidade sociais recebem atenção redobrada, desde que, na qualidade de “indústria”, cause dano considerável ao meio ambiente natural e cultural da região de destino. (MELO ET AL., 2012). Do mesmo modo, traz aspectos positivos à sociedade, contribuindo para a sustentabilidade e desenvolvimento local, dado que empresas podem atingir equilíbrio entre prioridades comerciais e não comerciais. Kirk (1995) afirma que comportamento responsável social dá a empresa hoteleira vantagem comercial que termina por ter efeito positivo no desempenho. Além disso, a imagem social estratégica do hotel, ajuda na sobrevivência em condições competitivas, enquanto Rodriguez e Del Mar Armas Cruz (2007) indicam que a relação depende de contexto local e característica da empresa. Assim, responsabilidade é de difícil mensuração, pois os resultados de ações nem sempre se contabilizam quantitativa e economicamente em curto prazo. Propicia ganhos da empresa em termos de imagem própria, de produtos e de marca, bem como prática do *marketing* social são ganhos proporcionais ao investimento despendido, não obrigatoriamente. Entretanto, empresa responsável socialmente prende cliente consciente que, além de valorizar a marca, usa-a e a propaga em redes de relacionamentos.

Responsabilidade social, preocupação contemporânea da empresa na manutenção de organizações no mercado não significa produzir e oferecer produtos à clientela fiel e numerosa, que proporcione retornos financeiros satisfatórios, mas, postura ética e ações que minimizem a influência negativa ao meio ambiente, em termos de dejetos, poluição e tudo que contribua para redução de efeitos negativos do empreendimento. Albuquerque (2009) relata que grande parte das organizações está alerta para a realidade. Todavia muitas delas não estão preocupadas com as consequências das ações e não se incluem em programas de responsabilidade social.

No Brasil não se têm dados consolidados sobre ganhos e perdas reais de empresa com responsabilidade social corporativa. Proprietários/gerentes de hotéis entrevistados não sabem exatamente a definição de responsabilidade social empresarial, relacionam responsabilidade com aspectos legais. Entretanto a maioria diz ter compromisso com a responsabilidade ética, ao meio ambiente e aos empregados. O estudo demonstra que os hotéis começam a se interessar pela responsabilidade social, mas há muito a ser feito para incrementar o impacto social positivo.

Concepções de Hotéis de Charme

A existência dos hotéis de charme acontece na contramão do turismo de massa, predominante nas décadas de 1970 e 1980, “caracterizado por *design* internacional idêntico, presente nas grandes redes de hotéis, atrações mercantilizadas e práticas rígidas de viagens” (TEO, CHANG, 2009, p.83). Viagens de luxo têm crescido no mercado de hospedagem de alto nível, em contraponto, existe nova tendência de aumento de hospedagem barata no mercado hoteleiro, vez que as possibilidades aumentam devido à melhoria das condições econômicas e do tempo de lazer (CHRISTERSDOTTER, 2005). Munsters e Klumbis (2005) destacam o interesse das pessoas pela arte, cultura e história, quando hotéis independentes alcançam determinado nível de diferenciação, apresentando ao mercado outra padronização da indústria hoteleira internacional. Com as transformações socioculturais, do século XXI, muda o perfil do consumidor e do viajante que escolhem destinos e hotéis pela possibilidade de incorporação de experiência cultural à de viagem. Para Spolon (2011), diferenciação e qualidade deixariam de estar associadas a padrão mais ou menos profissional de gestão ou de configuração física de empreendimentos. No caso de empreendimentos hoteleiros, a assertiva aplica-se a estabelecimentos de categorias confortáveis e luxuosas.

O mercado hoteleiro utiliza-se de estratégias para continuar competitivo. Hotéis de charme, principalmente, têm estratégia de diferenciação que para Limeira (2003, p. 103), mostram “diferenças significativas e valorizadas pelo cliente, para distinguir o produto dos concorrentes”. Porter (1989, p.111) confirma a ideia de Limeira, ao

mencionar que “uma empresa diferencia-se da concorrência se puder ser singular em alguma coisa valiosa para os compradores”, conduta exigida em hotéis de charme, pois segundo Porter (1989) a diferenciação não se limita a oferecer um preço menor ao consumidor. Entretanto diferenciação por melhor preço, defendida por Limeira (2003) como estratégia duradoura e sustentável em longo prazo não se aplica a hotéis de charme. Nesses há diárias elevadas, até mesmo se comparadas a hotéis luxuosos. Tem-se que a diferenciação está justamente pelo preço elevado, uma vez que o valor seleciona turista, identificando público de poder aquisitivo alto, dando-lhe *status*.

Conceituar e classificar hotéis impõe-se como necessidade, em auxílio aos consumidores em processos de compra. Destacam-se as classificações de guias de viagens e turismo e das Associações Hoteleiras, como *Leading e Small Luxury e Relais & Chateaux* e “Roteiro de Charme”. Redes hoteleiras e hotéis independentes têm administração familiar ou operação por rede. Conceitua-se hotel independente empresa individual com administração familiar, em envolvimento direto, com setores operacionais, comercial e administrativo, com predomínio de baixos níveis de controle operacional e nenhuma padronização de serviços (DUARTE, 1996). Trata-se de hotéis de apenas uma unidade, geralmente de único dono ou família, sem filiais (CÂNDIDO e VIEIRA, 2003). Segundo Angeli *et al.* (2012), ocorre eventuais vantagens e desvantagens de hotéis independentes em comparação com os de redes. Hotéis de charme têm crescente popularidade (WHEELER, 2006), com variedade de preço, notadamente diferentes em aparência e concepção de meios de hospedagem tradicionais. (CHRISTERSDOTTER, 2005). Assim, o conceito de hotelaria mudou.

O hotel genérico, com apartamentos genéricos para pessoas genéricas, fica para uso de um turismo também genérico. Esse novo conceito de hospedagem surge com a denominação de *boutique hotel*, pelas características de requinte nos mínimos detalhes. A concretização da ideia ocorreu em 1990 quando pela segunda vez, Ian Schrager, formou parceria com o francês Philippe Starck, para justamente em *Time Square*, Nova

York, revigorar 610 apartamentos do hotel *Paramount*, tornando-se referência de charme e elegância na cidade. O diferencial *chic* estava pautado no novo, no *design*. A valorização de espaços, somado à ousadia de Philippe, criou o que denominaram *urban oasis*. (NETTO; DOS REIS ANSARAH, 2009, p. 229).

A ideia inicial de hotel *boutique* é atender ao segmento dos 4Ms: *movies, music, models e money*, ou seja, o hóspede está cada vez mais disposto a experimentar e a frequentar estabelecimentos que combinem experiência com preferências pessoais, ávido por vivenciar novas experiências de conforto e exclusividade. Para os criadores de estilo, o denominador comum é o estilo de vida das pessoas do segmento 4Ms, contrário à rigidez de hotel convencional. No conceito original, o *design* é avançado, os funcionários têm a aparência de manequins, falam diversos idiomas e conhecem antecipadamente costumes e desejos de hóspedes. Têm-se, entre hotéis *boutique*, desde antigas moradias europeias inteligentemente adaptadas à hotelaria, até os mais modernos prédios com decoração completamente *clean*, despojada de excessos.

Peculiaridades de hotéis de charme são a busca pela experiência de hospedagem e personalização dos serviços, privacidade, *design* e características arquitetônicas peculiares, decoração com mobiliário diferenciado, ambiente distinto e acolhedor de alojamento, às vezes íntimo e familiar, alta qualidade de padrões, natureza de valor agregado da localização e conhecimento e cultura do anfitrião. A pesquisa de Angeli et al. (2012) constata os conceitos dos teóricos internacionais pesquisados dos países: Estados Unidos, Inglaterra, Nova Zelândia, Romênia, África do Sul e Brasil que mostram o conceito de hotel *boutique*, na Figura 1:



Figura 1: Especificidades de hotéis boutiques na visão de diferentes autores.

Fonte: ANGELI, R. B. et al., 2012.

Os hotéis de charme, no Nordeste do Brasil, instalam-se na Bahia, Alagoas, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Ceará com preços de diárias e outros aspectos que fogem dos padrões hoteleiros convencionais. No Nordeste, as diárias variam de R\$ 280 a R\$ 2.280, (QUADRO 1), no Orixás Art Hotel, além da taxa de serviço. Evidencia-se que, em hotel de charme, o preço diferencia o segmento hoteleiro e atrai um público-alvo com poder aquisitivo elevado, como estratégia de *marketing*.

Tarifário Pousadas/Hotéis de Charme no Nordeste - 2013

Estado	Pousada/Hotel	Destino	Classificação	Diária Menor	Diária Maior
Bahia	Pousada Pitanga	Porto Seguro	Água Marmha	RS 533,00	RS 839,00
	Hotel Canto das Águas	Chapada Diamantina	Topázio Imperial	RS 345,00	RS 1.198,00
	Pousada Mangabeiras	Iha de Boipeva	Água Marmha	RS 365,00	RS 680,00
	Pousada Estrela D'Água	Porto Seguro	Esmeralda	RS 1.270,00	RS 2.490,00
	Pousada Relígio da Vila	Praia do Forte	Água Marmha	RS 368,00	RS 600,00
Alagoas	Hotel Vila Bahia	Salvador	Topázio Imperial	RS 540,00	RS 740,00
	Pousada do Toque	S. Miguel dos	Topázio Imperial	RS 780,00	RS 1.680,00
Pernambuco	Pousada do Amparo	Olinda	Água Marmha	RS 240,00	RS 480,00
	Pousada Zê Maria	Fernando de Noronha	Ametista	RS 638,00	RS 2.418,00
	Pousada Teju-Açu	Fernando de Noronha	Ametista	RS 1.141,00	RS 1.230,00
Rio Grande do Norte	Manary Praia Hotel	Natal	Topázio Imperial	RS 585,00	RS 841,00
	Toca da Coruja	Praia da Pipa	Esmeralda	RS 580,00	RS 935,00
	Pousadas Vilas da Serra	Serra de São Bento	Água Marmha	RS 350,00	RS 350,00
Ceará	Ondas Art Hotel	Trair	Água Marmha	RS 950,00	RS 2.280,00
	Hotel Vila Selvagem	Fortim	Cristal	RS 280,00	RS 435,00

Quadro 1: Tarifário de pousadas/ hotéis de charme no Nordeste.

Fonte: As pesquisadoras, 2013.

A pesquisa foi realizada pelos tarifários disponíveis em *sites* dos hotéis citados e os preços referem-se às diárias do período de alta estação no Brasil, meses de janeiro, julho e dezembro. Sobre compra de produtos, apesar das parcerias, os hotéis são livres para agir, embora a maioria faça negócios com parceiros selecionados pela Associação. Entretanto, tratando-se de parcerias que desejam aumentar a competitividade do mercado de turismo, a adesão é obrigatória. Evidencia-se que a gestão de rede de “Roteiros de Charme” utiliza no planejamento estratégico, técnicas de análise ambiental. O diferencial é que, além de pertencer ao segmento hotel de charme, com as especificidades, compete ao hotel adotar prática de hotelaria sustentável. Topke *et al.* (2011), em estudo de hotel da rede, asseguram comprometimento dos dirigentes na atividade, preocupados com a diminuição do impacto negativo da organização

Existem ações de conscientização de hóspedes; educação ambiental dos colaboradores; destinação adequada dos lixos orgânico e inorgânico; uso de energia solar; filtragem de

água por processo natural; aproveitamento da lenha; e projeto fauna e flora. (TOPKE et al., 2011).

Programas de gestão ambiental de hotelaria dão lucratividade, com diminuição dos custos operacionais, utilizando-se de processos e tecnologias com otimização do uso de recursos escassos. Redução de desperdício de água e de energia elétrica. Uso de biotecnologia para diminuição de componentes prejudiciais ao ambiente, bem como da coleta de lixo seletiva com reutilização e reciclagem de resíduos, são posturas adotadas. Realização de seminários, palestras, adoção de práticas ambientais, pequenas atitudes com resultados práticos, como diminuição e desperdício de quebra de material, encaminhamento às instituições de caridade de materiais que não podem ser transformados e aproveitados pelo hotel. Avaliações semestrais quanto à qualidade hoteleira, e à qualidade ambiental. Informações de hóspedes, considerados pela Associação importantes avaliadores dos padrões dos produtos e serviços oferecidos, também são levadas em conta para efetivação do controle do padrão da Associação Roteiro de Charme.

Associação “Roteiros de Charme”: princípios e ações

A Associação de Roteiros de Charme, fundada em 1992, segue conceitos e ideias de associações hoteleiras mundiais, em guias de viagens e turismo internacionais: *Leading*³⁷ e *Small Luxury*³⁸ e *Relais & Chateaux*³⁹. Ingressa no mercado brasileiro como hospedagem “exclusiva”. Tem afiliados com diferentes realidades para os quais se criam identificações de consumidores,

37 *The Leading Hotels of the World* — associação de hotéis de luxo de origem europeia.

38 *Small Luxury* — denominação genérica de agentes de mercados para hotéis de luxo de pequeno porte

39 *Relais & Châteaux* associação dos melhores hoteleiros, chefes e donos de restaurantes do mundo, que estabelece padrão de excelência em hospitalidade. *Relais & Châteaux* rede e parceria de pessoas extremamente independentes e propriedades excepcionais que redefiniram a hotelaria de luxo focando-se nas experiências únicas e pessoais dos hóspedes. Guiam os hóspedes para sensual viagem que os leva a compreender a nossa *Arte de Viver*. <http://www.relaischateaux.com>

o que significa preencher desejos do hóspede com o conceito de estilo de vida, distinção e prazer. A Associação Roteiros de Charme tem desde refúgios ecológicos e pequenas pousadas cujo atendimento é despretenso e singelo, a hotéis confortáveis, com estilo, requinte e serviço esmerado. O Ceará conta com afiliados, no litoral, desde 2008, na praia de Flecheiras, no Trairi, objeto do estudo, Orixás Art Hotel, com classificação indicativa da própria associação de “água marinha. Hotel ou Pousada cuja decoração, bom atendimento e capricho valorizam os ambientes e as especificidades locais. Outro afiliado⁴⁰ implantado em 2013, fica no litoral leste, município de Fortim/CE.

Redes que ingressam no mercado os hotéis de charme e *boutique*, no Brasil, ligam-se a Associação de Hotéis Roteiros de Charme que adota conceitos internacionais de hotel *boutique*. Congrega (2014) hotéis, pousadas e refúgios ecológicos independentes, de norte ao sul do Brasil, com formação de redes de hotéis independentes, agrupados por adesão, todos inseridos na categoria de hotel *boutique*. O sucesso se dá pelo respeito à individualidade de cada membro da rede, sem fugir às normas dos hotéis *boutique* (ASSOCIAÇÃO ROTEIROS DE CHARME, 2013).

Para se enquadrar ao estilo, os hotéis precisam possuir entre 10 e 60 unidades habitacionais, ter toda construção integrada ao ambiente. A rede não está aberta a quem dela simplesmente desejar fazer parte, pois existe uma filosofia comum a ser partilhada e exigências a serem atendidas. Os hotéis associados respeitam individualidades, opções exclusivas, e, destacam a preservação dos destinos turísticos em ambientes naturais como Mata Atlântica, Pantanal e Litorais, aplicando os princípios de responsabilidade social e ambiental. (ASSOCIAÇÃO ROTEIROS DE CHARME, 2013). O diferencial dos hotéis é pertencer ao segmento hotel *boutique* e charme com todas as exigências a eles inerentes, adotando prática de hotelaria sustentável. Topke et al. (2011) em estudo de hotéis pertencente à rede, assegura que os hotéis exercem as atividades com comprometimento dos dirigentes, preocupados com diminuição do impacto negativo da organização no meio ambiente:

40 Hotel Vila Selvagem

Entre as instalações do hotel e ações nele praticadas, algumas recebem destaque no que se refere à conexão que se almeja auferir com a temática da sustentabilidade, tais como espaço hortóbio; compostagem de folhagens; horta; minhocário; ações de conscientização dos hóspedes; educação ambiental dos colaboradores; destinação adequada dos lixos orgânico e inorgânico; uso de energia solar; filtragem de água por processo natural; aproveitamento da lenha; e projeto fauna e flora. (TOPKE et al., 2011).

O autor afirma que esses hotéis existem a 12 anos obedecendo a Código de Ética e Conduta Ambiental, reconhecido nacional e internacionalmente e desenvolvido em estreita cooperação com o Programa de Turismo, sediado em Paris, da *United Nations Environment Programme* -UNEP- organismo ambiental, da ONU. Frisa como importante o fato de que, apesar das parcerias existirem, no aspecto relacionado à compra de produtos, os hotéis são livres, embora a maioria faça negócios com os parceiros selecionados pela Associação. Já nas parcerias que desejam aumentar a competitividade no mercado de turismo, a adesão é obrigatória. Evidencia-se que a gestão de rede de Roteiros de Charme utiliza no planejamento estratégico técnicas de análise ambiental.

Ao se aplicar os conceitos existentes para hotel boutique aos hotéis de charme por analogia, verifica-se que têm as mesmas propostas de hospedagem. Os hotéis associados classificam-se seguindo as referências da Figura 2:

O frequentador desse hotel tem poder aquisitivo elevado, quer conforto e pode pagar caro. Espera encontrar à disposição inúmeros serviços que hotéis comuns normalmente não oferecem. Como detectado em pesquisa no Ceará, em um dos hotéis da Associação, localizado no Município de Flecheiras, litoral oeste do Ceará. Em entrevistas com hóspedes verificou-se que estes querem ambientes cada vez mais personalizados, chance de conviver com habitantes locais, esperam que o lugar mantenha aspecto do artesanato local. Entretanto,

consideram imprescindíveis o luxo, *design* e conforto aliados ao bem-estar oferecido pelos equipamentos sofisticados, como sauna, piscinas individuais, massagem, culinária internacional e atendimento personalizado.



Figura 2: Classificação dos hotéis de charme⁴¹.

Fonte: Roteiros de Charme.

O charme e exclusividade dos hotéis são constatados desde a chegada quando o hóspede se depara com a entrada adornada com artesanato local, adequada aos costumes locais, mas, se surpreende com os ares rústico e ao mesmo tempo muito conforto, tecnologia e sofisticação. Sobretudo por estar encravado em área natural ou aldeia bucólica de pescadores, levando turistas ao encantamento que é requisito do charme. O hotel pesquisado no Ceará na página eletrônica exhibe informações em dois idiomas: português e inglês. Trata-se de um hotel de charme com existência de apenas dezoito (18) unidades habitacionais divididas em categorias máster plus, máster, executivo, luxo superior e luxo. Os hotéis de charme vinculados à Associação, fundada em 1992 por cinco empresários de pequenos hotéis brasileiros surgem inspirados na associação francesa *Relais & Château*, com sede na França, em que hotéis e pousadas têm como objetivo divulgar charme

⁴¹ Disponível em <http://www.roteirosdecharme.com.br/classificacao.php>.

em substituição ao luxo e o perfeito equilíbrio do serviço, conforto, comida e paisagem, pelos princípios dos cinco “Cs”: *Courtesy, Charm, Character, Calm and Cuisine*⁴². (SALAZAR, 2012).

Charme é um conceito subjetivo, que significa genericamente uma união entre bom gosto, atenção com detalhes, paixão de servir, conforto compatível com expectativas dos hóspedes, localização privilegiada, construção adequada ao meio ambiente e à região, enfim, o conjunto de fatores que emprestam personalidade única ao local e ao próprio hotel. (ASSOCIAÇÃO ROTEIROS DE CHARME, 2013).

Ambas as associações incentivam o visitante a experiências de charme em lugares únicos, valorizando a arquitetura exterior e decoração interior. Cada estabelecimento tem identidade própria, em esforço para mesclar-se às cercanias, respeitando lugar especial na Terra, o *Terroir*. Fator de inspiração da expressão: “Não há nada como um *Relais & Chateaux*, nem mesmo outro *Relais & Chateaux*” que fortifica a marca de estabelecimentos que oferecem serviço peculiar e singular ao cliente. O fato de cada estabelecimento pertencer a um proprietário que incorpora a alma do local denota as propriedades locais nas quais a hospitalidade é a *art de vivre*, potencializando os valores defendidos (ASSOCIAÇÃO ROTEIROS DE CHARME, 2013; PRESS KIT RELAIS & CHATEUX, 2013). As hospedagens são versão contemporânea de antigas hospedarias europeias, que transmitiam ao cansado viajante algo próximo de aconchego do lar – sem a desvantagem de precisar cozinhar, lavar pratos ou envolver-se em problemas domésticos ou duelos de espadas. Segundo Frenette; Mares (2006):

O mais importante é não ser tratado como estranho. Fundamentalmente, as aspirações do viajante contemporâneo não mudaram, e as pousadas – ou, mais especificamente, uma parcela delas – aperfeiçoaram de tal modo à arte

42 Cinco Cs: cortesia, charme, personalidade, calma e gastronomia.

de servir que se distinguem radicalmente dos grandes empreendimentos hoteleiros, a ponto de merecer nome próprio. Apesar dos hotéis de charme ter essa denominação subjetiva, possuem características claras como preservação histórica, número bem restrito de vagas, culinária distinta e capricho nos detalhes.

Os Roteiros de Charme constituídos de hotéis e pousadas independentes e de pequeno porte se estruturaram para posicionamento diferenciado no mercado e competição no mercado turístico nacional e internacional. Segundo o presidente⁴³ da Associação, a ideia é divulgar marca que reúna hotéis selecionados, com os mais variados perfis, mantendo independência e personalidade, tendo em comum o compromisso de aliar conforto e serviços com respeito à natureza e responsabilidade social. Promover destinos turísticos, e hospedagens fora dos grandes centros com padrões de qualidade bem definidos para atender as expectativas de hóspedes exigentes. Pretendendo por meio da atividade hoteleira a formação e fixação da força de trabalho local, de forma que possa ser capacitada, evitando êxodo para grandes centros. Também incentiva o turismo interno, com oferta de alternativa segura, para divulgar o Brasil, cheio de diversidades e desigualdades sociais, mas ao mesmo tempo único em beleza natural e na alegria do povo (ASSOCIAÇÃO ROTEIROS DE CHARME, 2013). Os hotéis de charme da Associação de Hotéis Roteiros de Charme adotam conceitos internacionais, que congregam, em 2013, 59 hotéis, pousadas e refúgios ecológicos independentes, em 16 estados e 51 destinos turísticos, agrupados por adesão.

Conforme a Associação os hotéis e pousadas charme estão em lugares paradisíacos, áreas de conservação, geossistemas e ecossistemas frágeis, por isso têm contínuo e sólido programa ambiental voltado à sustentabilidade do meio ambiente. Além disso, em razão das ações específicas da Associação, ganham força para inserção no mercado externo, obtendo, com maior facilidade, visibilidade em outros países: França, Holanda e Alemanha.

43 Helênio Waddington, 2013.

Buscam praticar a “arte da hotelaria” e reconhecem a importância da responsabilidade socioambiental para a sustentabilidade. Para a Associação Hotel de Charme é proposta condizente com produtos referidos de forma variada como *luxury*, *thematic hotels*, “*wellness boutique hotels*” ou ainda hotelaria aliada aos princípios de “*fair trade*”⁴⁴, “*slow food*”⁴⁵, ética e responsabilidade social.

Considerações finais

A necessidade de dar ao turismo dimensão social e ambiental é imposição do mundo contemporâneo. Governos, empresas e sociedade entenderam que o crescimento econômico concentrado produziu sociedade desigual e degradou a natureza, portanto, está distante do que possa ser chamada sociedade humanizada. Assim, faz-se necessário que as empresas assumam responsabilidade social e ambiental, desenvolvam experiências nos empreendimentos.

Empreendedores de hotéis de pequeno porte se associam para fortalecer o poder de barganha no mercado, como na Europa e nos Estados Unidos, com associações hoteleiras como *Leading*, *Small Luxury*, *Relais Chateaux*, e no Brasil com “Roteiros de Charme”, com adesão de hotéis de pequeno porte ao nicho de hotéis exclusivos, que detém nomenclaturas variadas como hotéis *boutique*, *design*, de charme. Em comum, a oportunidade de buscar clientela com diferenciação na hospedagem e fuga da hotelaria de massa. Os hotéis de charme atraem turistas que pagam mais para ter exclusividade, preferindo atendimento especial e oportunidade para usufruir experiências não facilmente encontradas. Nessa senda cabe aos meios de hospedagem buscar gestão pautada no atendimento a demanda do nicho que valoriza experiências e sensações, com preferências pela sofisticação e pelo *design*. Assim como tornar-se empresa responsável não motivada apenas pelo mercado, mas com motivações humanas, sabendo que a solidariedade pode representar fator de organização da produção, e que as empresas devem beneficiar o entorno dos empreendimentos.

44 Fair trade - Movimento internacional iniciado há 40 anos que prega relações comerciais éticas a favor dos produtores de países menos desenvolvidos.

45 Conjunto de princípios criados para que as pessoas comam e vivam melhores.

O hotel *boutique* internacionalizado com diversas nomenclaturas tais como *design*, e charme atende clientela rica que pode participar de trabalhos em comunidades. As diversas concepções do segmento hoteleiro com transvariações e contradições é fato e se trata de hospitalidade em expansão em vários países, contrapondo-se às grandes redes hoteleiras com a padronização de serviços. O desempenho de hotéis de charme em um lugar não é garantia de sucesso para outro local, dado a originalidade e a inovação que são marcas exponenciais. Portanto, a criatividade pode e deve chegar a compromissos sociais em comunidades que servem de núcleos receptores. O segmento hotel de charme de competitividade no mercado, mesmo atendendo a demanda seletiva, possui filosofia de interação com o núcleo receptor atentando para aproveitamento da força de trabalho local e para adoção de práticas conservacionistas. Compartilha experiência exclusiva, com destaque na singularidade, estilo, elevados padrões de serviço e atenção individual aos hóspedes, além de instalações com design e prédio histórico ou projeto arquitetônico diferenciado. Os padrões estabelecidos pela hotelaria convencional não se encaixem nesse tipo de estabelecimento. Nesse segmento o cliente busca serviços diferenciados não encontrados em hotéis tradicionais, a não padronização de infraestrutura, arte e *design*, além de atendimento personalizado.

Inovação é ponto primordial para a manutenção de hotéis independentes no mercado. Agregar serviços, aproveitar oportunidades e diferenciação das redes hoteleiras padronizadas. Entretanto, planejamento e estratégia criativos são chaves para o sucesso. Conclui-se sugerindo novas práticas em empreendimentos turísticos que levem a emergência de gestões empresariais com responsabilidade social e ambiental com construção de processos históricos capazes de enfrentar problemas sociais e ambientais da sociedade.

Bibliografia Consultada

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. ABNT NBR 16001:2012. Responsabilidade social — Sistema de gestão — Requisitos. Disponível em http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/norma_nacional.asp.

ALBUQUERQUE, José de Lima (Org.) **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social**: conceitos, ferramentas e aplicações. 1ª. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

ANGELI, Ricardo Barbosa; TORRES, Ricardo de Gil; MARANHÃO, Ricardo Frota de Albuquerque. Os muitos olhares sobre o conceito de Hotel Boutique. **RBTur**, v. 6, n. 3, p. 305-321, 2012.

ASSOCIAÇÃO de Hotéis Roteiros de Charme. Disponível em: <http://www.roteirosdecharme.com.br/quemsomos.php>. Acesso em 05 maio 2013.

ASSOCIAÇÃO ROTEIRO DE CHARME. **Associação fundada em 1992**. Entidade privada sem fins lucrativos. Disponível em: <<http://www.roteirosdecharme.com.br>>. Acesso em: 03 abr. 2013.

BARROS, Raimundo Pércles Matos; TENÓRIO, Fernando Guilherme. Responsabilidade Social: Valor Corporativo ou Individual? O Caso do Consórcio de Alumínio do Maranhão. DOI: 10.5773/ 15. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 1, n. 1, 2007.

BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott A. **Administração**: novo cenário competitivo. Atlas, 2009.

CAMPOS, J. R. V. **Introdução ao universo da hospitalidade**. Campinas: Papirus, 2005.

CÂNDIDO, I; VIEIRA, E. V. **Gestão de Hotéis**: técnicas, operações e serviços. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

CARROLL, Archie B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. **Academy of management review**, v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.

_____. - **The four faces of corporate citizenship**, in Richardson, J.E. (Ed.), *Business Ethics 00/01*, Dushkin/McGraw-Hill, Guilford, CT, p. 187-91, 2000.

CARROLL, Archie B.; SHABANA, Kareem M. The business

case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice. **International Journal of Management Reviews**, v. 12, n. 1, p. 85-105, 2010.

CHRISTERSDOTTER, M. Transformers: Hip Hotels and the Cultural Economics of Aura-production. In: LOFGREN, O; WILLIM, R. (Eds.). **Magic, culture and the new economy**. Oxford: Berg Publishers, 2005. p. 73-86.

CHRYSSIDES, George D.; KALER, John H. **Essentials of business ethics**. London: McGraw-Hill Book Company, 1996.

DAFT, Richard. **Administração**. Tradução. 4ª Ed. Rio de Janeiro, Ed. LTS, 1999

DONALDSON, Thomas; PRESTON, Lee E. The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. **Academy of management Review**, v. 20, n. 1, p. 65-91, 1995.

DUARTE, V. V. **Administração de Sistemas Hoteleiros: conceitos básicos**. São Paulo: Editora SENAC, 1996.

FOMBRUN, Charles; SHANLEY, Mark. What's in a name? Reputation building and corporate strategy. **Academy of management Journal**, v. 33, n. 2, p. 233-258, 1990.

FRENETTE, Marco; MARES, Laila. Hotéis de Charme: para hóspedes especiais. **Revista Veja**, Ed. Especial: Guia 2007, dez. 2006. Disponível em: <[HTTP://veja.abril.com.br/especiais/brasil_2006/p_040.html](http://veja.abril.com.br/especiais/brasil_2006/p_040.html)>. Acesso em: 14 abr. 2013.

GUIA ROTEIROS DE CHARME. Rio de Janeiro: UNWTO - OMT - IOHBTO, PNUMA –UNEP. 2013. Disponível em www.roteirodecharme.com.br. Acesso em 15 de outubro de 2013.

KIRK, David. Environmental management in hotels. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 7, n. 6, p. 3-8, 1995.

LANTOS, Geoffrey P. The boundaries of strategic corporate

CSR . **Journal of Consumer Marketing** v. 18, n. 7, p. 595-630. 2001.

LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal; Administração de Produtos. In: DIAS, S.R (coord.). **Gestão de Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003. p. 95 – 123.

MELO, Tiago; MOURA-LEITE, Rosamaria Cox; PADGETT, Robert Carlton. Conceito de responsabilidade social corporativa dos hotéis de luxo de Natal/RN, Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 12, n. 2, 2012. Corrigir citações hora melo et al, hora melo, moura-leite, etc.

MELO NETO, Francisco e FROES, César. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial**: a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, 1999.

MUNSTERS, Wil; KLUMBIS, Daniela Freund de. Culture as a component of the hospitality product. In: SIGALA, Marianna e LESLIE, David. **International cultural tourism**: management, implications and cases. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2005. p. 26-39.

NEJAIM, Drayton. Orientados para o bem. **Revista Negócios PE**, ano II, Edição 10, 2009.

NETTO, Alexandre Panosso; DOS REIS ANSARAH, Marília Gomes (Ed.). **Segmentação do mercado turístico**: estudos, produtos e perspectivas. Manole, 2009, p. 229.

PORTER, Michael E. **Vantagem Competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. Elizabeth Maria de P. Braga (Tradutora). 11. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PRESS KIT RELAIS & CHATEUX, 2013. Disponível em <http://www.relaischateaux.com/IMG/pdf/Press%20Kit%20English%202012.pdf>. Acesso em 15 de outubro de 2013.

RIBEIRO, Álvaro Miranda Leite; CARVALHO NETO, Antônio. Avaliação de projetos sociais empresariais: uma contribuição metodológica. **EnANPAD**–30º Encontro. Salvador (BA), p. 1-53, 2006.

RODRÍGUEZ, Francisco J. García; DEL MAR ARMAS CRUZ, Yaiza. Relation between social-environmental responsibility and performance in hotel firms. **International Journal of Hospitality Management**, v. 26, n. 4, p. 824-839, 2007.

SALAZAR, Viviane Santos et al. Pousada do Amparo: para os que valorizam a diferenciação. **Revista Alcance**, v. 19, n. 2, p. 273-289, 2012.

SPOLON, Ana Paula Garcia. Os Sentidos e os Significados dos Artefatos Culturais na Economia Contemporânea: proposta de interpretação dos edifícios hoteleiros instalados nas cidades. **Revista Turismo em Análise**. Vol. 22, n.2, agosto 2011, ISSN 1984-4867.

TEO, P; CHANG, T. C. Singapore's postcolonial landscape: boutique hotels as agents. In: WINTER, T.; TEO, P; CHANG, T. C. (Eds.), **Asia on tour: exploring the rise of Asian tourism**. 2009. (pp. 81-96).

TOPKE, Denise Rugani; SANTOS, Rosane Soares dos; VIDAL, Mariana Pires. Hotelaria sustentável: preocupação com a comunidade local ou diferencial competitivo? **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, n. 03, p. 5 a 5, 2011.

WADDOCK, Sandra. Building a new institutional infrastructure for corporate responsibility. **The Academy of Management Perspectives**, v. 22, n. 3, p. 87-108, 2008.

WHEELER, D. F. **Understanding the value of Boutique Hotels** (Dissertação de Mestrado). Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, MA, 2006.

WOOD, Donna J. Corporate Social Performance revisited. **Academy of Management Review**, v. 16, nº 4, p- 691-718, Oct. 1991.

IMPACTOS DA URBANIZAÇÃO TURÍSTICA NO LITORAL DE FORTALEZA/CE: FRAGMENTAÇÃO SOCIOESPACIAL

Ricardo Alexandre Paiva⁴⁶

Introdução

A urbanização gera turismo, mas o contrário também é verdade: o turismo induz a urbanização (HENRIQUES, 2003). Atualmente, cada vez mais o turismo tem estimulado a urbanização, seja na cidade existente, seja em lugares devotados quase exclusivamente para o lazer. Patrick Mullins é o primeiro estudioso a cunhar a expressão “tourism urbanization”, título de um artigo de referência. Mullins (1991) identifica um processo peculiar de “urbanização turística”, que é fruto e sintoma da pós-modernidade. Os argumentos de Mullins em relação à emergência da “urbanização turística” fundamentam-se na contraposição de dois períodos históricos da urbanização, a saber: um primeiro relacionado ao consumo coletivo, resultando na suburbanização (1945-1971), e um segundo relacionado à constituição das cidades pós-modernas e do consumo do prazer, redundando nos processos de “gentrification” (a partir de 1971). Uma das principais contribuições de Mullins, ao tratar da relação entre turismo e urbanização, é o fato de contrapor o processo de urbanização atrelado à industrialização centrado no trabalho e na produção, com este novo padrão de urbanização de teor pós-moderno e amparado no lazer e no consumo. Essa diferenciação é fundamental para a compreensão do processo de urbanização desencadeado pelo turismo, que se funda nas atividades de lazer e consumo, inclusive o consumo do/no espaço. A produção e o consumo dos espaços litorâneos, que qualificam a modalidade de turismo de “sol e mar”, constituem um dos segmentos mais dinâmicos da atividade turística, que possuem desdobramentos incontestáveis na urbanização litorânea e turística. A diversificação dos usos que caracterizam o processo de

⁴⁶ Arquiteto e Urbanista UFC (1997), Mestre FAUUSP (2005) e Doutor FAUUSP (2011). Professor Adjunto do Departamento de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Ceará e Coordenador do Laboratório de Crítica em Arquitetura Urbanismo e Urbanização da UFC - LoCAU. paiva_ricardo@yahoo.com.br

urbanização litorânea de Fortaleza, distintas no tempo e no espaço, revela a necessidade de compreender a origem, o desenvolvimento, a condição atual e as transformações espaciais provocadas com o advento do turismo no litoral da capital cearense, sendo assim:

A análise histórica se presta à explicação dos processos contemporâneos na medida em que é possível inferir sobre as permanências no território de dinâmicas socioespaciais pretéritas, uma vez que a urbanização se realiza sobre espaços pré-produzidos em função de práticas socioespaciais distintas no tempo. (PAIVA, 2011, p. 53).

O turismo se apropria dos espaços da cidade produzidos em uma etapa anterior da urbanização, ao mesmo tempo em que passa a adaptar e direcionar as preexistências espaciais à sua lógica, construindo novas espacialidades e gerando novos fluxos intraurbanos e metropolitanos. Com base nestes pressupostos, o objetivo do artigo é analisar quais são as bases e preexistências espaciais em que a atividade turística se insere e as características do processo de “urbanização turística” contemporâneo verificado no litoral de Fortaleza, identificando os processos de fragmentação, diferenciação e segregação socioespacial. Para tanto, adotou-se como procedimento metodológico um macrozoneamento do litoral de Fortaleza e uma análise por trechos, identificando os impactos da atividade turística no uso e ocupação do solo, assim como na relação entre a paisagem natural e construída.

O processo histórico de urbanização da faixa litorânea de Fortaleza.

As intervenções históricas na faixa litorânea foram responsáveis por transformações significativas não somente no processo de urbanização de Fortaleza, mas na relação da cidade com a sua orla marítima. A faixa litorânea de Fortaleza⁴⁷ caracteriza-se por uma elevada

⁴⁷ A faixa litorânea tem uma extensão de 34,2 km de praia banhada pelo Oceano Atlântico. Incluindo a orla do rio Ceará, abrange uma extensão 43,4km. Caracteriza-se por possuir duas direções preferenciais de orla marítima. A primeira, de sentido

complexidade morfológica, socioambiental, econômica e cultural, pois, evidentemente, a ocupação não se efetuou de forma homogênea, pelo contrário, obedeceu ao processo de urbanização desigual da cidade. A expansão da urbanização de Fortaleza em direção às áreas litorâneas acontece em função de uma valorização crescente das práticas marítimas modernas. A maritimidade moderna em Fortaleza não constitui mera reprodução das práticas marítimas do ocidente desenvolvido, engendradas pela aristocracia europeia a partir do século XIX. Embora essas práticas sirvam de modelo para os países periféricos dos trópicos, apropriadas nestas paragens com o intuito de se alinhar à civilização, se diferenciam na medida em que, pelo próprio retardamento histórico, há um processo seletivo, traduzido pela recusa ou aceitação destes comportamentos sociais mais sofisticados, que passam por seu turno a coexistir com a maritimidade tradicional local (DANTAS, 2004).

No final do século XIX e início do século XX, a ocupação da faixa de praia em Fortaleza se dá primeiramente pela população pobre, na sua maioria, formada por pescadores e imigrantes advindos do sertão, que não compartilhavam das melhorias do processo de urbanização que se implementava na cidade⁴⁸ no período. Nesse contexto, a faixa litorânea constitui uma área marginalizada do ponto de vista da localização, por concentrar as habitações precárias, as atividades de pesca e o porto. A faixa litorânea, valorizada no seu aspecto funcional e utilitário, caracterizava-se especialmente pela presença de galpões, armazéns, do comércio atacadista, da alfândega, ou seja, pelas atividades que davam suporte à atividade portuária. O porto propriamente dito era bastante precário, pois “os navios então paravam ao largo, onde eram alcançados por lanchas, barcos e jangadas que faziam ligação com a praia” (CASTRO, 1977, p. 37). As aglomerações favelizadas ainda existentes no litoral de Fortaleza, sobretudo próximas ao núcleo central, têm sua

leste-oeste, é localizada entre o Rio Ceará e o Porto do Mucuripe abrangendo uma extensão de 19,4km (incluindo os 9,2km da margem do rio Ceará, esta faixa passa para 28,4km). A segunda, noroeste-sudeste, é situada entre o Serviluz e a foz do Rio Pacoti, com extensão de aproximadamente 15 km. (Prefeitura Municipal de Fortaleza, 2006, p. 10)

48 A ocupação do litoral por pescadores e a consequente constituição de vilas e pequenos aglomerados é um fenômeno observado em todo o Ceará, ao passo que a ocupação favelizada é um processo característico de Fortaleza.



Figura 1 - Vista Aérea - Praia de Iracema Década de 1930

Fonte: Arquivo Nirez

A ocupação litorânea por aglomerações espontâneas favelizadas se acentua a partir da década de 1930, sendo alguns trechos do litoral incorporados para tal fim, como é o caso do Pirambu⁵⁰ (1932), na faixa litorânea oeste e, posteriormente, no Mucuripe, localizado no extremo leste, associados à construção do ramal ferroviário Parangaba-Mucuripe como forma de viabilizar o porto recém-construído. Em consequência, surgiram favelas ao longo do ramal ferroviário

49 Antes denominada Praia do Peixe, consoante seus usos e funções, a Praia de Iracema foi gradativamente sendo apropriada pelas classes mais abastadas, suscitando, consequentemente, a expulsão dos antigos ocupantes, na sua maioria pescadores. A construção da draga do Porto do Mucuripe na década de 1940 foi responsável por engrenar um processo de decadência na Praia de Iracema sob dois aspectos: primeiro por tornar obsoleta a infraestrutura portuária existente (pontes, armazéns, alfândega) e segundo por comprometer, por conta da erosão da faixa de praia, as atividades de lazer e recreação emergentes.

50 O Pirambu tem origem na instalação por parte do poder local de “campos de concentração” destinados a manter isolados os flagelados em decorrência da Seca de 1932. A localização na zona oeste se justifica em função do distanciamento da área leste que se valoriza.

e nas dunas da zona portuária. Os clubes sociais⁵¹ impulsionaram sobremaneira a apropriação dessas zonas de praia e contribuíram para a valorização da orla marítima. No entanto, a consolidação da Praia do Meireles como localização privilegiada da classe dominante teve seu marco definitivo com a construção da Avenida Beira Mar em 1963⁵², conforme as diretrizes do Plano Diretor de Fortaleza (1962), elaborado por Hélio Modesto. Nessa altura do processo de urbanização da cidade, a Praia do Meireles constituía não somente um território de residências de veraneio, concentração de atividades de lazer privado dos clubes e das práticas de recreação junto ao mar, mas uma área que se valorizava gradativamente como local privilegiado da habitação da elite em função da expansão da tessitura urbana em direção ao mar, provenientes do prolongamento da malha urbana procedentes da Praia de Iracema e da Aldeota.

A construção do calçadão da Beira Mar, em 1979 (Figura 02), em etapas, foi gradualmente ratificando a importância do lugar como espaço de lazer, criando condições favoráveis para a proliferação de edifícios residências multifamiliares e para a construção de hotéis. No momento em que a Beira Mar passa a atrair a população de toda a cidade,

51 A arquiteta Mirtes Freitas, em estudo sobre os clubes da cidade de Fortaleza entre a década de 1950-70, identifica a existência de onze clubes concentrados na Praia do Meireles e trecho da Praia de Iracema e Aldeota, não necessariamente defronte ao mar, a saber: Clube Jangada, Comercial Clube, Centro Massapeense, Ideal Clube, Clube dos Diários, AABB, Náutico Atlético Cearense, Clube Líbano Brasileiro, Círculo Militar, Clube Iracema e Ceará *Country Club*. É importante destacar que destes onze clubes, apenas o Círculo Militar, o Náutico Atlético Clube e o Ideal Clube ainda mantêm a sua sede e atividades, os demais foram, na sua maioria, demolidos para a construção de torres de edifícios multifamiliares. O Ceará *Country Club* localizado na Av. Barão de Studart sedia um restaurante. É importante salientar que, à época da construção dos primeiros clubes, a via litorânea não existia, favorecendo uma ligação mais franca dos clubes com a cidade, tornando a integração com a praia secundária.

52 A construção da Av. Beira Mar marca o início do processo de transferência das atividades de lazer das elites do centro para a zona leste. Esse fato é tão relevante que, paulatinamente, a própria imagem da cidade veiculada em cartões postais se modifica, principalmente após a construção do calçadão em fins da década de 1970. Se outrora a Praça do Ferreira era a imagem cristalizada da cidade, a Av. Beira Mar adquire a condição de ícone de Fortaleza.

transformando-se numa espécie de praça linear⁵³. O adensamento dos terrenos defronte à orla, a diversificação dos usos, a ocupação do espaço público pelo privado, o lançamento de efluentes nas galerias pluviais e o lixo colaboraram para comprometer a balneabilidade da praia, atuando como fator de expulsão da classe abastada no que se refere aos banhos de mar. Atualmente o usufruto da praia pela população mais abastada é basicamente para as atividades de caminhadas e esportes no calçadão.



Figura 2 - Vista Aérea Calçadão da Beira Mar - início da década de 1980

Fonte: www.skyscrapercity.com

A verticalização da Praia do Meireles e a construção dos primeiros hotéis se iniciaram na década de 1970, conferindo à paisagem da orla uma nova configuração. Até 1979, ano da lei 5.122-A, que estabelecia, entre outras diretrizes, a verticalização de várias áreas da cidade, os edifícios altos localizados na orla só podiam ser construídos com até oito

53 Os moradores da orla, como forma de distinção social passaram a frequentar a Praia do Futuro, ou mesmo as praias dos municípios vizinhos que passaram a abrigar as segundas residências, mesmo habitando próximo ou junto à orla.

pavimentos. Após a lei, o gabarito estabelecido de 72,00m ampliou o índice de aproveitamento, favorecendo a atuação dos empreendedores imobiliários. Nos anos 1980 e 1990, a verticalização se intensifica não somente na orla, mas em todo o lado leste da cidade, mudando de forma significativa a dinâmica urbana de Fortaleza.

A Praia do Futuro, localizada na zona leste do litoral fortalezense, entre o porto do Mucuripe e a foz do Rio Cocó, teve seus terrenos valorizados em função da construção do porto a partir da década de 1940. Na década de 1950, toda a faixa junto à praia foi loteada por Antônio Diogo, proprietário então de toda a área⁵⁴. Entre os anos 1960 e 1980, a urbanização nessa faixa da orla se deu vagarosamente e ainda hoje não se consolidou. Datam deste período os primeiros investimentos na implantação de infraestrutura viária com o melhoramento dos acessos, como foi o caso da ampliação da Av. Santos Dumont em 1976 até a Praça 31 de Março. Na década de 1980, foi construído o calçadão da Praia do Futuro e feito o alargamento da Avenida Zezé Diogo, paralela à praia (Figura 03).



Figura 3 - Vista Aérea Praia do Futuro - início da década de 1980

Fonte: www.skyscrapercity.com

⁵⁴ O parcelamento do solo implantado corresponde a uma extensão de 7 km por 600m de largura.

A partir da década de 1980, esboçou-se um processo de ocupação da Praia do Futuro pela habitação de classe média de residências unifamiliares e edifícios multifamiliares, no entanto as condicionantes naturais⁵⁵ desta zona de praia (fortes ventos e maresia⁵⁶) abortaram o processo de ocupação efetivo da praia nos fins da década de 1980. O tipo de ocupação da Praia do Futuro é bastante diversificado, marcado: pela presença de pequenos estabelecimentos industriais nas proximidades do porto; pelas favelas e ocupações irregulares pontuadas em toda a extensão tanto nas áreas fronteiriças ao mar como em zonas de dunas; pelas construções de mansões e mais recentemente condomínios horizontais nas dunas; pela construção à beira mar de um complexo de barracas de praia voltadas para o lazer local e mais recentemente incrementadas para atender a atividade turística; pela construção de uma rarefeita rede hoteleira e pela existência de grandes vazios urbanos. Ao passo que se verifica um processo de valorização na zona leste de cidade em direção à Praia do Futuro, embora de caráter ambíguo, por concentrar simultaneamente várias formas de uso e apropriação do espaço, desde mansões, hotéis e equipamentos turísticos até favelas, a urbanização da costa oeste ocorre exclusivamente como espaço destinado às classes menos favorecidas⁵⁷. Essa fragmentação e diferenciação espacial no processo de ocupação da orla têm raízes históricas.

(...) os bairros do litoral oeste considerados pobres, como Pirambu e Arraial Moura Brasil, aumentavam seu adensamento urbano, na grande maioria representado por favelas. Estes

55 A Praia do Futuro possui um extenso cordão de dunas e sofre mais intensamente os impactos da maresia, ao contrário do que acontece na zona litorânea entre a foz do Rio Ceará e a Ponta do Mucuripe, de fato mais protegida das intempéries naturais.

56 De acordo com estudos do Centro de Pesquisa da Eletrobrás (CEPEL), Fortaleza possui o segundo maior índice de poluição salina do mundo, também conhecida como maresia, ficando atrás apenas da região do Mar Morto, em Israel.

57 O desinteresse por essa área não se reduz exclusivamente às classes mais favorecidas e aos promotores imobiliários, houve descaso também por parte dos poderes locais. As primeiras intervenções urbanas na faixa litorânea oeste por parte do Estado aconteceram em resposta aos reclames dos populares em defesa de melhorias urbanas e programas de habitação, sob a liderança da Igreja e associações de moradores do Pirambu a partir da década de 1960.

bairros, desde os primórdios da ocupação de Fortaleza, sempre foram considerados pelas elites da Capital cearense como a área destinada à moradia de pescadores e dos pobres que, não tendo condições econômicas de residir no Centro, continuavam se aglomerando nestes bairros, tornando-os cada vez mais desaconselháveis àqueles que intentavam fazer investimentos imobiliários, em vista de sua baixa valorização no mercado (SILVA, 2006, p. 83).

A construção da Av. Leste-Oeste, em 1975, como estratégia para ligação do Porto do Mucuripe às indústrias localizadas no polo da Francisco Sá, teve grande impacto na estruturação do lado oeste da orla de Fortaleza, permitindo o desenvolvimento de atividades de comércio ao longo da via⁵⁸. Na década de 1980, foi construído o polo de lazer da Barra do Ceará, na parte do extremo oeste da orla de Fortaleza, voltada para atividades de lazer dos bairros populares da área, no entanto o espaço compreendido entre a Escola de Aprendizes Marinheiros e a Barra do Rio Ceará abriga, em toda a sua extensão, habitação favelizada, constituindo um enclave na cidade. Tal realidade tem se transformado com o Projeto Vila do Mar (2011), que construiu um calçadão e construiu habitações de interesse social. Note-se que a ocupação da faixa litorânea se submeteu à demarcação natural imposta pelos rios. No lado leste, pela foz dos Rios Ceará e, no lado, oeste pela foz do Rio Cocó, muito embora o litoral de Fortaleza não se reduza a esses limites, pois existe uma extensa faixa de praia entre a foz do Rio Cocó e a foz do Rio Pacoti, correspondendo à Praia da Sabiaguaba, que atualmente ainda constitui uma área pouco urbanizada em função dos limites naturais e pela precariedade dos acessos.

A Sabiaguaba é a única faixa litorânea que ainda possui uma configuração natural parcialmente conservada na orla de Fortaleza. Essa realidade certamente será alterada a partir da recente finalização da construção da ponte sobre o Rio Cocó que facilitará o acesso ao litoral

58 No trecho da avenida mais próximo ao Centro, verificou-se uma integração maior da via com o mar, reforçada pela construção de um polo de lazer nas proximidades da Escola de Aprendizes de Marinheiros.

do município de Aquiraz. Baseado nessa breve evolução da urbanização litorânea de Fortaleza é possível estabelecer um macrozoneamento da orla, relacionando as preexistências históricas supracitadas às transformações espaciais contemporâneas desencadeadas pela atividade turística. A Figura 04 apresenta o mapeamento do macrozoneamento da orla de Fortaleza a fim de elucidar os impactos da atividade turística no litoral de Fortaleza.



Figura 4 - Foto Aérea de Fortaleza - Macrozoneamento da Orla

Fonte: PAIVA, 2011, p. 212

Os impactos da “urbanização turística” no litoral de Fortaleza

Para Mullins (1991), a urbanização atrelada ao turismo apresenta um aspecto incomum na história da urbanização ocidental: elas são construídas para o visitante. No caso da Região Metropolitana de

Fortaleza, é possível notar que algumas porções seletivas do território metropolitano têm a sua razão de ser em função de uma produção e consumo do espaço voltado para o turista, ainda assim condicionada fortemente pelas preexistências socioespaciais locais. Fortaleza constitui o centro de atração e distribuição dos fluxos turísticos não somente da RME, mas de todo o litoral cearense, assim como dos polos turísticos localizados no sertão e nas serras. Nesse sentido, verifica-se que o processo de metropolização de Fortaleza impulsionado pelo turismo não tem impactos exclusivos nas áreas localizadas na orla, principal atrativo turístico da Metrôpole. O processo de “urbanização turística” transforma os espaços da cidade produzidos em uma etapa anterior da urbanização, ao mesmo tempo em que passa a adaptar e direcionar as preexistências espaciais à sua lógica, construindo novas espacialidades e gerando novos fluxos intraurbanos e metropolitanos. Neste sentido, segue uma análise sobre os impactos da atividade turística em diferentes trechos do litoral de Fortaleza.

Orla degradada/centro



Figura 5 - Vista Aérea - Orla Degradada

Fonte: Acervo Fabian Salles

Predominam, nesta área do litoral de Fortaleza, ocupações urbanas legais e ilegais, na sua maioria horizontal, apesar da alta densidade. Essa parte da orla (Figura 05) é a que sofre mais fortemente as consequências do processo de erosão da faixa de praia desencadeado pela construção do porto no Mucuripe apesar das sucessivas obras de engenharia dos espigões para evitar o assoreamento da faixa de praia. À degradação do ambiente construído soma-se a deterioração do ambiente natural, maximizando a problemática espacial deste trecho da orla.

O vínculo espacial conflituoso do Centro, outrora a própria cidade, com a sua faixa litorânea, remonta ao fato de Fortaleza se desenvolver em conformidade com o tipo de relações econômicas, políticas e cultural-ideológicas (simbólicas) que mantinha com o mar, ligadas ao porto, à marinha e à pesca. A problemática atualmente verificada na faixa litorânea do Centro situa-se na privatização do seu espaço e consequentemente na restrição do acesso à praia, em decorrência da existência de dois grandes equipamentos: a indústria naval⁵⁹ (estaleiro INACE) e o Hotel Marina Park, localizados entre a Av. Leste Oeste e o mar. O Hotel Marina Park (Figura 06), com 40.000m², é um dos hotéis mais visados em função da ampla estrutura de lazer e da existência da marina com capacidade de abrigar por volta de 150 embarcações. O hotel por apresentar uma tipologia horizontal ocupa uma grande extensão da faixa de praia, constituindo uma barreira visual considerável. Ainda que esteja excluído da orla, onde há a maior concentração hoteleira, o Marina Park exerce um papel importante nos fluxos turísticos da capital, pois além da quantidade de leitos, abriga uma diversidade de eventos durante todo o ano. A implantação do Hotel Marina Park em uma área de grande relevância patrimonial, por se tratar da faixa de praia do centro de Fortaleza, representa umas das

59 A localização inadequada da indústria naval constitui um dos fatores mais discutidos nas propostas de requalificação da área no que se refere à integração do Centro com a sua zona de praia, por causa do uso e do caráter morfológico da atividade industrial. Do ponto de vista da preservação do patrimônio ambiental urbano, a indústria naval contribui para ocultar física e simbolicamente a foz do Riacho Pajeú, elemento natural marcante e testemunho da origem e expansão da cidade de Fortaleza. Nesse sentido, a permanência do equipamento constitui um empecilho para a utilização pública da praia e consequentemente para a valorização turística da área central

intervenções voltadas para o turismo na orla com mais forte impacto do ponto de vista da privatização da zona de praia, atendendo aos interesses privados em detrimento dos públicos⁶⁰.



Figura 6 - Vista Aérea - Orla Centro

Fonte: Acervo Fabian Salles

As contradições da faixa litorânea do Centro são potencializadas pela presença irregular e desordenada de habitações populares ao longo da via férrea que partia do antigo porto, constituindo a comunidade

⁶⁰ Como o segmento de turismo de “sol e praia” constitui o maior atrativo de Fortaleza e do Ceará, e a construção do Hotel Marina Park atende a esta demanda, em função da localização privilegiada, da marina e da prática de esportes náuticos que proporciona, a presença do hotel, bem como a falta de integração histórica com o mar não contribuem para a inserção do Centro aos fluxos do turismo. Verifica-se, assim, a desvalorização do turismo cultural e histórico principal potencialidade do Centro de Fortaleza, ao contrário do que acontece em capitais do Nordeste como Salvador, Recife e São Luis. A precária integração e notoriedade da Fortaleza de Nossa Senhora da Assunção, marco incontestável da Cidade, constitui um exemplo emblemático da exclusão do patrimônio histórico e cultural não somente dos fluxos turísticos, mas também da própria dinâmica urbana local.

do Poço da Draga. A ocupação da orla do Centro e mesmo de Fortaleza demonstra que os enclaves não são resultado apenas dos usos e apropriações de grandes equipamentos ou mesmo turísticos, mas também das habitações precárias, de formas de urbanização historicamente excludentes. Vários projetos de intervenção urbana propuseram soluções para esses impasses históricos quanto à integração do Centro à sua orla. As frentes marítimas ou fluviais localizadas em zonas centrais e portuárias têm sido, em muitos lugares, alvo de intervenções urbanas, que em função do seu acervo patrimonial, servem à criação de importantes atrativos turísticos. Em Fortaleza, a maioria dessas ações de intervenções foi abortada, perpetuando a fragmentação e segregação socioespacial da orla e os interesses privados, impedindo o acesso democrático dos espaços da cidade de grande relevância histórica e paisagística.

Orla turística: praia de Iracema/Meireles

A orla turística de Fortaleza compreende trechos da Praia de Iracema e a Praia do Meireles. A orla marítima correspondente à Praia de Iracema, embora com pouca extensão, possui usos e características morfológicas bastante diversificadas, muitas dos quais heranças do processo de evolução histórica do bairro. A inserção da Praia de Iracema nos fluxos turísticos da capital se processou em função da transformação deste reduto de boêmia que convivia pacificamente com o uso habitacional até fins da década de 1980 em polo de lazer e turismo⁶¹. Tal transformação deveu-se à mudança na legislação urbanística e a projetos de desenho urbano que tornaram o lugar um importante polo gastronômico na década de 1990 (Figura 07).

61 Os interesses destes setores “*buscaram cristalizar uma tradição de bairro boêmio e ‘cultural’, animada na memória coletiva de grupos sociais intelectualizados, obscurecendo a existência de outros grupos e de outras memórias*” (Schramm, 2001, p. 96).



Figura 7 - Vista Aérea - Orla Praia de Iracema

Fonte: Acervo Fabian Salles

A urbanização do calçadão da Praia de Iracema, com a construção de áreas de passeio e praças, que facilitavam o acesso aos bares e restaurantes e a integração com o mar teve grande impacto no processo de transformação do bairro em polo turístico. O planejamento e intervenções no espaço urbano empreendidas por ações governamentais foram acompanhadas de investimentos do setor privado, com equipamentos voltados para o lazer e o turismo. Esse processo de *“turistificação”* da Praia de Iracema acabou por gerar um processo de produção, uso e apropriação dependente dos imperativos impostos pela especialização do lugar como polo turístico, tais como:

- a espetacularização do espaço urbano através do mote do passado boêmio, com referências, citações e novas concepções espaciais, resultando em um ambiente pasteurizado. O novo e o velho se confundem enquanto categorias de distinção entre o que é autêntico ou não, contribuindo para descaracterização do patrimônio edificado remanescente.

- a mudança nos usos da área, colaborando para expulsão da população residente e comprometendo o equilíbrio entre as atividades diurnas e noturnas. A monofuncionalidade da Praia de Iracema com uso exclusivo para as atividades de lazer esboçou uma reversão no quadro de degradação da área, que não se consolidou, devido à efemeridade dos interesses que justificam os espaços turísticos. (Paiva, 2005, p. 130)



Figura 8 - Vista Aérea - Orla Praia de Iracema

Fonte: Secretaria de Cultura do Estado do Ceará

Durante toda a década de 1990, a Praia de Iracema representou o emblema das intenções de promoção do desenvolvimento turístico do Ceará e de Fortaleza, por parte dos interesses políticos subjacentes. Essas ações foram concretizadas com a construção do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura em 1999, que, pela falta de integração com as intervenções na orla, contribuiu negativamente para diminuir a atratividade do lugar, que foi subitamente apropriado por atividades

voltadas para o turismo sexual. A vulnerabilidade dos espaços turísticos é tão evidente que a Praia de Iracema sofre novamente um processo de decadência, visível na degradação social e física dos seus espaços, que provocou o desinteresse da população urbana em frequentar o lugar, acompanhado da transferência de diversos bares e restaurantes, muitos dos quais tradicionais, para outras áreas da cidade. A decadência é acompanhada pela desvalorização do acervo patrimonial remanescente. As transformações por que tem passado a Praia de Iracema são um forte indicativo da urbanização turística em Fortaleza, revelando as várias falácias desse processo, principalmente no que se refere ao fato do espaço se tornar uma mercadoria e como tal se submeter a um ciclo, que inclui, ascensão e declínio. Atualmente, o Governo do Estado está na iminência de construir um grande equipamento turístico no local, o Acquário do Ceará (Figura 08), como forma de alavancar ou criar um novo ciclo de valorização turística da Praia de Iracema.

As marcas do processo de turistificação na orla da Praia de Iracema ainda são visíveis na permanência de pousadas e hotéis, bem como de bares e restaurantes. A ocupação da orla, no trecho compreendido entre o antigo hotel São Pedro e a Rua Ildefonso Albano, concentra ainda edificações multifamiliares verticais, reforçando a valorização imobiliária desse trecho. A via litorânea e o calçadão favorecem ainda a apropriação pública da orla pela população local. Apesar de uma obra recente de requalificação do calçadão, a intervenção se restringiu exclusivamente à mudança de pavimentação, sem a preocupação em dotar o lugar de equipamentos de lazer e mobiliário urbano, assim como de um tratamento paisagístico. No trecho compreendido entre o antigo Hotel São Pedro e a Ponte dos Ingleses, a ausência da via pública e as precárias condições do calçadão construído na década de 1990 são o reflexo do processo de decadência recente da Praia de Iracema. Este trecho da praia possuía a maior concentração de bares e restaurantes e atividades de entretenimento, mas atualmente esse tipo de estabelecimento tem se voltado predominantemente para os fluxos do turismo sexual. A especialização desse espaço da cidade para tal fim acabou atraindo outras atividades marginais e ilícitas, como ponto de vendas de drogas e prostituição no espaço urbano, criando conseqüentemente um quadro de violência urbana. No trecho em

que não há acesso à praia, pois não foi contemplado no projeto do calçadão na década de 1990 e que corresponde à área entre a Ponte dos Ingleses e à Ponte Metálica a integração física e visual com a praia está completamente comprometida. O projeto mais recente de urbanização da área pretende estender o calçadão até a Ponte Velha. O projeto do Acquário do Ceará almeja ocupar exatamente essa área. Caso se concretize, o impacto será enorme⁶².

A morfologia do bairro é absolutamente heterogênea em função dos sucessivos processos de valorização e decadência⁶³ da área. Embora a Praia de Iracema tenha sido considerada, por lei municipal específica, a partir da década de 1990, como área de interesse urbanístico, as proposições contidas no plano, muitas delas repletas de equívocos, não tiveram nenhuma ressonância no processo de desenvolvimento urbano sustentável em longo prazo da área. Ao que tudo indica, o poder de atração da Praia de Iracema constitui também a sua maior fragilidade. A chamada orla turística de Fortaleza se confunde com a extensão da Av. Beira Mar⁶⁴. Verifica-se um entrelaçamento intenso entre a dinâmica do mercado imobiliário e do turismo na área, visíveis na rede hoteleira instalada e na construção de edifícios multifamiliares, que muitas vezes são adquiridos por estrangeiros. O tipo de ocupação na Beira Mar revela o papel preponderante do mercado no processo de urbanização turística, uma vez que o mesmo se vale da infraestrutura

62Ao largo da faixa litorânea, a Avenida Monsenhor Tabosa, na Praia de Iracema, constitui importante atrativo para os turistas, pois concentra vários estabelecimentos varejistas de confecções, calçados e artesanato. Muitas dessas mercadorias são produzidas em indústrias de pequeno e médio porte em vários bairros de Fortaleza e municípios da RMF, demonstrando que a espacialização da urbanização impulsionada pelo turismo articula e mobiliza diversos fluxos e atividades em todo o território metropolitano.

63 Assim como no centro de Fortaleza, as intervenções voltadas para o turismo ou em vias de implementação na Praia de Iracema não contemplaram a valorização do patrimônio edificado. Esse acervo tem sido permanentemente ameaçado e destruído, em detrimento da criação de imagens modernas, como é o caso da construção do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura.

64 Conforme foi analisado anteriormente, esse trecho da orla é o mais valorizado da cidade, tanto em relação ao valor de uso, pois abriga muitas atividades de lazer para turistas e para a população da cidade, como ao valor de troca, uma vez que se trata da área onde os terrenos são mais caros.

instalada e das benesses do ambiente natural (defronte ao mar) para criar oportunidades de negócios, ofertando estes produtos para os turistas. A feição da orla da Beira Mar (Figuras 09) sofreu um processo intenso de verticalização nos últimos vinte anos, ao ponto de restarem pouquíssimos terrenos vagos ou com edificações horizontais. Vários clubes localizados junto à orla foram destruídos para dar lugar a torres residenciais. Os hotéis e flats não constituem a única modalidade de hospedagem na área, muitos empreendimentos residenciais servem a este propósito, seja através de aluguéis por temporada, seja através da compra por parte dos turistas.

Como muitos hotéis se localizam na Av. Beira Mar, os fluxos turísticos são intensos, reforçados pela existência de muitos bares e restaurantes, casas de câmbio, veículos de traslado, comércio informal, entre outros usos e apropriações que atestam a urbanização desencadeada pelo turismo. O calçadão da Beira Mar foi reformado no início da década de 2000, com a mudança na pavimentação, construção de barracas de praia, mudança do mobiliário urbano e reforma do Mercado do Peixe. As intervenções do Estado na área através da criação de infraestrutura para atender os interesses da elite local são indiretamente intervenções para o turismo⁶⁵. A ocupação do calçadão é bastante diversificada, serve simultaneamente à população local e aos turistas para práticas de esporte e lazer. No entanto, verifica-se em muitos casos a apropriação do espaço público pelo privado, visíveis na ocupação ao longo de quase toda orla de barracas de praia e restaurantes que dificultam ou restringem o usufruto da praia, privatização esta potencializada pelo estreitamento do calçadão em diversos trechos. Esse tipo de ocupação é um indicativo do processo de exclusão social, pois somente quem possui condições de pagar desfruta da oferta de serviços turísticos.

⁶⁵ Mais recentemente, em 2010, a Prefeitura Municipal de Fortaleza promoveu um concurso de ideias para a área denominado Concurso Público Nacional de Ideias para o Reordenamento Geral e Projetos Arquitetônicos, Urbanísticos e Paisagísticos da Avenida Beira Mar em Fortaleza. Outra intervenção recente na Beira Mar foi a construção de um jardim japonês em um trecho de dunas ainda preservado, conhecido como Granville, que foi completamente descaracterizado para dar lugar a uma obra cenográfica, com fins turísticos.



Figura 9 - Vista Aérea - Orla Beira Mar

Fonte: Acervo Fabian Salles

A animação das atividades no calçadão é garantida pela presença da feira de artesanato, que exerce forte atratividade. Em torno da feira, verifica-se um movimento intenso de comércio informal e ambulante, mobilizando a população de diversas áreas da cidade, que afluem para este mercado potencial de consumidores de produtos regionais, como o artesanato, as comidas típicas, a confecção, calçados, entre outros. A condição de orla turística da Beira Mar é beneficiada pela proximidade com a Aldeota, que por concentrar uma diversidade de oferta de comércio e serviços, atrai considerável contingente de turistas que se valem do polo terciário da área, sobretudo o comércio dos shoppings. A Beira Mar, pelo seu uso turístico, tem forte impacto visual, que capturado como cartão postal é comercializado enquanto espaço-mercadoria. Como tal, sintetiza a imagem da Fortaleza turística, ocultando a realidade socioespacial da cidade, espacializada na fragmentação e diferenciação da sua orla marítima. Vale salientar que o processo predatório da ocupação da orla, no entanto, não se verifica apenas onde os espaços são criados para o turismo, mas onde há, sobretudo, a ocupação irregular por parte da população menos favorecida. A “*qualidade ambiental urbana*”⁶⁶ é insuficiente mesmo nas áreas mais valorizadas e fregadas pelo turismo, como é o caso dos espaços públicos e coletivos da Av. Beira Mar. Algumas situações são alarmantes, como os passeios da avenida localizados junto aos edifícios, em sua maioria, estreitos, sem arborização, sem condições mínimas de acessibilidade universal, agravado pelos muros, guaritas e mecanismos de segurança dos edifícios.

A atividade turística no Meireles tem um apelo litorâneo tão evidente, que a maioria dos empreendimentos voltados para a atividade, principalmente de hospedagem, se concentram entre a Avenida Beira Mar e a Avenida Abolição, a primeira via paralela ao mar na direção do sertão, revelando um processo de ocupação ligada ao turismo do tipo linear, em função da localização privilegiada do mar. Nesse

66 Para Vargas (1999, p. 10) “o conceito de qualidade ambiental urbana (de vida urbana), vai além dos conceitos de salubridade, saúde, segurança, bem como das características morfológicas do sítio ou do desenho urbano. Incorpora também os conceitos de funcionamento da cidade fazendo referência ao desempenho das diversas atividades urbanas e às possibilidades de atendimento aos anseios dos indivíduos que a procuram”.

sentido, os roteiros e deslocamentos dos turistas são na sua maioria ao longo da orla considerada turística, definindo limites entre territórios específicos apropriados pela população e pelos turistas, contribuindo para especialização dos lugares e conseqüentemente para um quadro de segregação socioespacial desencadeado pelo turismo.

Orla e Porto do Mucuripe

Como o desenvolvimento deste trecho esteve vinculado às atividades do porto, historicamente áreas degradadas pelo porte e tipo de atividades que concentram, a orla do Mucuripe tem usos conflitantes em relação à atividade turística.

Localizado em um ponto de inflexão da orla da cidade, o porto constitui verdadeiro limite⁶⁷ para expansão da configuração espacial nos moldes da orla turística da Beira Mar, muito embora o trecho compreendido entre o Iate Club e o porto tenha sido apropriado por edifícios multifamiliares destinados à habitação, um hotel e um flat. Como a Av. Beira Mar litorânea termina no Mercado dos Peixes, os terrenos em que estes empreendimentos foram colocados impedem o acesso à praia, constituindo mais um exemplo da privatização da faixa de praia (Figura 10).

Existe ainda um porto de ancoragem de jangadas em função da pesca tradicional que, junto com as ocupações irregulares e favelizadas, comprovam a permanência das práticas marítimas tradicionais de forte impacto na morfologia da orla. A presença de torres de geração de energia eólica demonstra a coexistência de usos contemporâneos e tradicionais na orla. Os impactos ambientais nesse trecho da orla são os mais variados, sobretudo no que se refere às conseqüências dos assentamentos subnormais, que ocupam as áreas de domínio das marés e correm risco de destruição, emitem esgoto para o oceano devido à falta de saneamento básico, e comprometem evidentemente a balneabilidade da praia. O quadro de degradação do ambiente

67 A barreira que o porto constitui na integração da orla no sentido leste-oeste e a orla no sentido noroeste-sudeste é reforçada pela presença do ramal ferroviário Mucuripe-Parangaba. A exclusão do trecho da orla se dá também em função das diversas ocupações favelizadas na faixa de praia e nas áreas de dunas.

construído é alarmante. No entanto, é preciso destacar que esse quadro de degradação ambiental não é um reflexo direto da urbanização proveniente da atividade turística, pois tem sua gênese relacionada a outras dinâmicas socioespaciais. A orla do Mucuripe se ressentiu de um projeto de intervenção urbana⁶⁸, que contemple a permanência das atividades industriais e portuárias, o reassentamento, a regularização e a urbanização das ocupações irregulares e a integração com a Praia do Futuro.



Figura 10 - Vista Aérea - Porto do Mucuripe

Fonte: www.skyscrapercity.com

Orla turística secundária: Praia do Futuro

A Praia do Futuro pode ser considerada uma orla turística secundária, pois em toda a sua extensão verifica-se a presença de estruturas voltadas para as atividades de lazer e turismo. A atratividade que a praia exerce se sustenta em dois aspectos principais: a permanência

⁶⁸ Outro ponto importante a ser tratado na orla do Mucuripe é a presença do Farol Velho, relevante acervo histórico-cultural da cidade, que tem sua importância subtraída em função do processo de decadência generalizado da zona portuária.

da balneabilidade, diferente da Praia do Meireles e a infraestrutura de barracas na beira da praia. As barracas localizadas na Praia do Futuro datam do início do processo de urbanização desse trecho da orla. No entanto, com o advento do turismo, muitas barracas modernizaram suas instalações com a implantação de piscinas ou pequenos parques aquáticos, ampliação dos restaurantes, decks, lojas, áreas de lazer para crianças, entre outras melhorias (Figura 11). A implantação dessas barracas em faixa de areia de domínio da Marinha tem provocado ao longo dos anos muitas discussões e impasses. O conflito reside não somente na ocupação ilegal da área, mas na privatização da mesma. No entanto, essa infraestrutura de apoio ao lazer litorâneo constitui uma das maiores atratividades da praia e um dos fatores responsáveis pelo incremento do turismo, ideia defendida pelos que se apropriaram da área. Aliás, esse tipo de ocupação e qualidade de infraestrutura privada dificilmente se encontra em outra praia do Nordeste ou mesmo no Brasil.



Figura 11: Vista Aérea - Praia do Futuro

Fonte: Acervo Fabian Salles

Ao passo que a infraestrutura privada das barracas de praia é bastante satisfatória em termos de qualidade de serviços, a infraestrutura

pública para a prática de atividades de lazer é bastante precária. Ainda que o calçadão abranja toda a extensão da orla, a ausência de equipamentos urbanos e de lazer, a pavimentação, e a escassa arborização não favorecem o uso dos espaços públicos. A configuração da paisagem da orla da Praia do Futuro, devido à implantação das barracas não permite a integração física e visual com o mar. A privatização da faixa de praia, processo verificado ao longo de quase toda orla fortalezense, revela o processo de segregação social em relação à apropriação da praia como área de lazer. De certa forma, alimentadas ainda pelo turismo, estas barracas são utilizadas pela população local que possuem maior poder de consumo de desfrutar dos serviços ofertados. Por conta de certa especialização das atividades de lazer e turismo na Praia do Futuro, verifica-se um descompasso entre a dinâmica urbana diurna e noturna. Os fluxos diurnos, principalmente no período de férias, são intensos, ao passo que durante a noite o calçadão é praticamente deserto⁶⁹.

Essa dinâmica noturna é também prejudicada pela baixa densidade de habitação unifamiliar e multifamiliar ao longo da orla, acarretando de certa forma um quadro de violência urbana, potencializado pela proximidade de diversas favelas na área. A Praia do Futuro concentra alguns hotéis e pousadas que complementam a rede hoteleira de Fortaleza. Francamente menos sofisticados, exceto o Hotel Vila Galé, os hotéis possuem um gabarito horizontal e se distribuem, na sua maioria, entre o fim da Av. Santos Dumont e a foz do Rio Cocó. O número mais modesto de estabelecimentos de hospedagem concorre também para diminuir os fluxos noturnos de turistas, diferente do uso intenso do calçadão da Av. Beira Mar. A dinâmica imobiliária amplamente condicionada pelas características naturais do lugar, conforme já foi salientado, se configura mais nitidamente na zona de dunas. Com a construção do prolongamento da Avenida Padre Antonio Tomás, há uma tendência de expansão imobiliária que acarretará muitas transformações na Praia do Futuro. Um trecho da avenida conduz à Cidade Fortal, que abriga anualmente, nas férias de julho, a micareta Fortal, antes localizada na Av. Beira Mar.

69 Exceto às quintas-feiras, dia tradicionalmente incorporado ao calendário local e, depois, turístico das caranguejadas.

Orla da Praia da Sabiaguaba

Resguardada historicamente do processo de ocupação litorânea, a Praia da Sabiaguaba constitui uma das únicas áreas conservadas remanescente do município de Fortaleza. Desta feita, em 2006, “a Prefeitura Municipal de Fortaleza criou e implementou na área duas Unidades de Conservação: o Parque Natural Municipal das Dunas de Sabiaguaba, pelo decreto nº 11.986, e a Área de Proteção Ambiental de Sabiaguaba, pelo decreto nº 11.987” (SOUZA *et al*, 2009). Embora a Praia da Sabiaguaba tenha sido recentemente considerada uma unidade de conservação, verifica-se um esboço de ocupação urbanizada através do parcelamento do solo junto à foz direita do Rio Cocó e ocupações que se situam próximas à foz do Rio Pacoti, que ficou conhecido como COFECO, por abrigar a Colônia de Férias da COELCE⁷⁰. Embora constitua uma área de lazer associada a barracas localizadas na faixa de praia, destina-se à população local, possuindo pouca relação com a atividade turística. O acesso à Praia da Sabiaguaba se dá através de uma via estreita e tortuosa que parte da CE-025, que dificulta o acesso à praia. O acesso à COFECO também se dá através da CE-025 e é bem mais facilitado, pois conduz ao Porto das Dunas e está sendo atualmente alargada. No entanto, apesar da proximidade com o Porto das Dunas, a praia não faz parte do circuito turístico de “*sol e mar*”, justificado pelo fato de ser um território de lazer das classes populares, que teve o seu acesso à praia vinculado à facilidade de acesso e ao transporte público entre os terminais de ônibus e a localidade. A delimitação da Área de Proteção Ambiental da Sabiaguaba, além do Parque Municipal das Dunas de Sabiaguaba⁷¹, constitui importante insumo para o desenvolvimento da atividade turística, conforme os próprios objetivos do plano de manejo em que consta o incremento do ecoturismo. Trata-se de uma forma de atuação do Estado, através da PMF, que valoriza espaços na cidade com

70 Concessionária de Energia do Estado do Ceará

71 Embora esta política ambiental, positivamente, restrinja o processo de ocupação e apropriação da Praia da Sabiaguaba, não impede que a área seja incorporada ao processo de urbanização verificado na orla marítima. A criação da APA constitui uma forma de valorização deste espaço que, como recurso natural privilegiado pode se transformar gradativamente em recurso turístico, favorecendo, pela sua proximidade com o município de Aquiraz, os fluxos turísticos na escala metropolitana.

maior produtividade e competitividade, por apresentar um bom estado de conservação ambiental, favorável ao desenvolvimento da atividade turística, com capilaridades com a dinâmica imobiliária.

Considerações finais

Os impactos do turismo na faixa litorânea de Fortaleza são condicionados pelas preexistências socioespaciais dos processos verificados na urbanização pretérita, marcado pela heterogeneidade dos usos e apropriações. A fragmentação e diferenciação socioespacial do litoral são reforçadas pela atividade turística que se infiltra nas áreas mais valorizadas (Beira Mar e trechos da Praia do Futuro) ou com potencialidades (Sabiaguaba) para o seu desenvolvimento, mas não é capaz de proporcionar a transformação das áreas mais degradadas e excluídas. Os investimentos públicos e ações do mercado relacionados ao incremento da atividade turística se direcionam para áreas do litoral historicamente valorizadas, exacerbando a segregação socioespacial cristalizadas do processo histórico de urbanização desigual.

Os impactos da atividade turística no litoral de Fortaleza, em função das intervenções governamentais e a ação do mercado, principais agentes da produção e consumo do “*espaço turístico*” em Fortaleza, podem ser sintetizados nos seguintes aspectos:

- intensificação da urbanização e expansão metropolitana junto à orla, rompendo as barreiras físicas que limitam Fortaleza, com a construção das pontes sobre o Rio Ceará, Rio Cocó e Rio Pacoti e vias complementares;
- valorização dos trechos da orla historicamente produzidos e consumidos pelos extratos mais ricos da população, entre a Praia de Iracema, passando por toda a extensão da Praia do Meireles, trechos do Mucuripe e, de forma menos intensa, a Praia do Futuro;
- incorporação e preservação de áreas mais bem preservadas do litoral como forma de garantir o recurso natural imprescindível para a reprodução da atividade turística, como é o caso da Praia da Sabiaguaba, atributo potencializado por

se localizar no sentido da expansão imobiliária;

- manutenção da exclusão das áreas ocupadas por assentamentos ilegais e favelizados na orla oeste, em partes da área central, junto ao Porto do Mucuripe e trechos da Praia do Futuro, não sendo capaz de induzir a melhoria das condições de ocupação, das relações precárias entre a urbanização e o ambiente natural devido à concentração dos investimentos públicos e privados;
- transformações de uso e ocupação na chamada orla turística, provocado pela construção de meios de hospedagem (hotéis, flats, pousadas), serviços turísticos como de transportes (ônibus turísticos, vans, taxis, entre outros), alimentação e entretenimento (restaurantes, bares, casas de show, boates), comércio formal e informal (confeção, artesanato, comidas típicas, entre outros), gerando novos fluxos, novas espacialidades e conflitos entre residentes e turistas;
- privatização da faixa de praia, com a apropriação do espaço público pelo privado, excluindo a possibilidade de uso coletivo dos espaços potenciais e privilegiados da orla, excluindo a população menos favorecida, incapaz de consumir os serviços oferecidos pelas barracas e restaurantes localizados no domínio público da praia, como se verifica principalmente na Praia do Futuro;
- e, por fim, o incremento das atividades imobiliárias em função dos investimentos voltados para o turismo, que acabam valorizando os terrenos e imóveis, além do dinamismo dos negócios imobiliários com o crescimento das ofertas e demandas voltadas para investidores estrangeiros e turistas.

Bibliografia Consultada

CASTRO, J. L. de. **Fatores de Localização e Expansão da Cidade de Fortaleza**. Fortaleza: Imprensa Universitária UFC, 1977.

DANTAS, E. W. C. O mar e o marítimo nos trópicos. **Geousp** (15),

2004, 63-76.

FREITAS, M. **A Cidade dos Clubes**: modernidade e “glamour” na Fortaleza de 1950-1970. Fortaleza: Expressão Gráfica Editora, 2005.

HENRIQUES, E. B. A cidade, destino de turismo. In: **Revista da Faculdade de Letras – Geografia**. Porto, 2003.

MULLINS, P. Tourism urbanization. **International Journal of Urban and Regional Research** (1593), 1991, 326-342.

PAIVA, R. A. **Entre o Mar e o Sertão**: Paisagem e memória no Centro de Fortaleza (Dissertação de Mestrado), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

PAIVA, R. A. **A metrópole híbrida**: O papel do turismo no processo de urbanização da Região Metropolitana de Fortaleza (Tese de Doutorado) Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

Prefeitura Municipal de Fortaleza. **Projeto Orla**. Fortaleza: SEMAN, 2006.

SILVA, Â. M. F. **A cidade e o mar**: as práticas marítimas modernas e a construção do espaço da Praia do Futuro (Dissertação de Mestrado) Geografia, Universidade Federal do Ceará, 2006.

SOUZA, L. S. F.; SILVA, E. V.; VASCONCELOS, F. P. A Gestão Integrada da Zona Costeira Através de Áreas Protegidas: O Caso Sabiaguaba (Fortaleza-CE, Nordeste do Brasil). In: **Anais do 12º Encontro Latino Americano de Geógrafos - EGAL 2009**. Montevideo: Universidade de la República. 2009.

VARGAS, H. C. Qualidade ambiental urbana: em busca de uma nova ética. In: **Anais do VIII Encontro Nacional da ANPUR**. Porto Alegre: ANPUR, 1999.

HIERARQUIAS URBANAS NA MACRORREGIÃO TURÍSTICA SERRAS ÚMIDAS DE BATURITÉ/CE

Paulo Roberto A. de Oliveira⁷²

Luzia Neide Coriolano⁷³

Introdução

O texto tem como foco a ocorrência de centralidades e hierarquias urbanas nos espaços turísticos da macrorregião turística cearense denominada Serras Úmidas/Baturité. Centralidades que ocorrem no polo turístico onde se encontram 13 cidades com especificidades direcionadas ao comércio, educação, lazer e turismo, ou seja, centralidades que se estabeleceram na rede urbana das cidades de forma diferenciada, com especialidades econômicas voltadas à reprodução capitalista. Alguns municípios se especializam na produção e comercialização de determinados bens ou serviços, a ponto de tornarem-se áreas centrais da oferta dos referidos bens e serviços no contexto regional.

Compõem a macrorregião turística Serras Úmidas/Baturité, os 13 (treze) municípios da microrregião administrativa do Maciço de Baturité. Todos influenciados pela cidade polo de Baturité. Guaramiranga, Mulungu, Aratuba, Palmácia e Pacoti localizam-se nas áreas de maior altitude do Maciço e parte da área de proteção ambiental – APA, possuem clima ameno e maiores áreas verdes, o que propicia melhor ambientação para atividade turística na região. Esses cinco municípios possuem pequenos complexos turísticos, mas permeados de equipamentos que surgiram a partir de políticas públicas que se intensificam na década de 1990, pelos governos municipais e estadual a fim de oferecer suporte a atividade turística.

72 Mestre pelo Programa de Pós Graduação em Geografia, da Universidade Estadual do Ceará (Progeog/UECE). doutorando na Geografia da UFC.

73 Professora Dra em Geografia, Sub Coordenadora do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará. Pesquisadora do CNPq.

Baturité, Capistrano, Itapiúna, Aracoiaba, Redenção e Acarape, estão localizadas em grande parte nos sopés das serras a altitudes mais baixas que as cinco citadas anteriormente, por isso não possuem natureza tão exuberante, porém pequenas áreas de alguns desses municípios estão inseridas na APA, como Redenção, Baturité e Capistrano. Algo em comum as estas cidades são maior grau de urbanização, industrialização e maior população absoluta. Elas estão localizadas as margens das rodovias CE-060 e da Ferrovia, ambas dão acesso à metrópole Fortaleza. As cidades de Barreira e Ocara estão situadas na região de transição para o Sertão e possuem características ambientais assemelhadas ao sertão e não a Serra. Estes municípios estão inseridos na microrregião de Baturité muito mais por, no passado, serem distritos de Redenção e Aracoiaba respectivamente do que serem homogêneas ao resto do Maciço. Outro ponto em comum entre as duas cidades é o fato de se localizarem próximo da Rodovia federal BR-116, o que faz com que suas relações interurbanas com as cidades da RMF Pacajús e Chorozinho se tornem maiores que com as demais cidades do Maciço. O estudo investiga os papéis de três centros urbanos na hierarquia urbana da macrorregião turística da Serra úmida de Baturité, ou seja, estuda a produção, oferta e distribuição de serviços urbanos, educacionais, comerciais e turísticos presentes nas cidades de Guarimiranga, Redenção e Baturité. Nestas cidades, estes serviços desenvolveram-se com maior grau de especialidades suprimindo demandas de forma diferenciada às demais.

O processo teórico metodológico inicia-se com revisão de literatura sobre a temática e define-se como dialético. As fontes estudadas compreendem artigos científicos publicados em periódicos de circulação nacional e internacional; autores acadêmicos; acervos disponíveis em bancos de dados da internet e bibliotecas. Contempla a análise socioespacial *in locus* da região estudada, realizada em visitas aos respectivos municípios para observação e pesquisa de campo. Pauta-se na teoria dos lugares centrais do geógrafo alemão Walter Christaller para explicar o processo de centralidade, a qual remete à influência e relacionamentos dos centros urbanos de determinada região na distribuição de bens e prestação de serviços. A centralidade dos lugares estudados revela o papel de cada município na produção de bens e

prestação de serviços urbanos e turísticos. A partir das centralidades configuram-se hierarquias entre os centros urbanos de acordo com o porte e a importância na produção, distribuição e oferta de bens, serviços, capital os fluxos gerais. O trabalho tem analisa como se produziram centralidades das cidades que compõem a Serras úmidas de Baturité. Analisar os bens e serviços ofertados por esses lugares centrais. Identificar a especialidade que os municípios desenvolveram para suprirem necessidades uns dos outros pelas demandas produzidas. Verificar como se produziu a hierarquia urbana da região resultando em centralidades.

Centralidades na hierarquia urbana brasileira e nas cidades da Macrorregião Turística Serras Úmidas de Baturité

O governo do estado do Ceará, junto a Secretaria de Turismo – SETUR estimula o crescimento do turismo no Estado, agrupando municípios com perfis diferenciados em macrorregiões turísticas. Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, (2005) a iniciativa luta para que todas as regiões entrem na rota turística estadual. Além disso, facilita a vida dos visitantes, ao mostrar os lugares propícios a prática dos diversos segmentos de turismo: esportivo, ecológico, religioso, cultural, de sol e praia, serras e sertão. E assim o estado está dividido em seis macrorregiões turísticas: Fortaleza-Região Metropolitana, Litoral Leste-Chapada do Apodi, Litoral Oeste-Serra da Ibiapaba, Sertão Central, Araripe-Cariiri. (Figura1). Em conjunto, as macrorregiões aglutinam centros e corredores turísticos que interligam o litoral, serras e o sertão do Ceará por meio da rede urbana influenciada pela metrópole Fortaleza. Há nessa prática, intencionalidade do Estado em desenvolver as regiões cearenses, com políticas voltadas ao aproveitamento do potencial econômico.



Figura 1 – As Macrorregiões turísticas do Ceará. Fonte: IPECE, 2012.

Identificou-se ocorrência de centralidades em algumas cidades que compõem a macrorregião turística Serras úmidas/Baturité. Sobre o tema, o geógrafo alemão Christaller em 1933 publica obras a respeito

das centralidades defendendo a “Teoria do lugar central”. A partir daí vários outros estudos evoluíram. Christaller considerou a influência dos centros urbanos de uma região na distribuição de bens e prestação de serviços, e os denominou de localidades centrais. A centralidade desses locais acontece pelo papel na distribuição de bens e oferta de serviços. De acordo com Fresca (2009) a *System der zentralen Orte* consistia na ideia de que “a demanda por bens e serviços traduz localizações diferenciadas de sua oferta, pois há produtos e serviços de consumo frequente e pouco frequente permitindo estabelecer o alcance espacial máximo e mínimo de cada produto.” (FRESCA, 2009, p.02). Localizações diferenciadas leva Christaller a fazer diferença entre oferta dos bens e dos serviços por cada centro, mostrando a diferenciação entre as localidades centrais e o estabelecimento da hierarquia urbana, pelo caráter hierárquico que cada uma manifesta.

A hierarquia urbana se realiza de modo em que as localidades de mais baixo nível hierárquico distribuem e ofertam apenas bens e serviços de consumo muito frequente, enquanto as de maior hierarquia, ofertam todos os anteriores e mais alguns para os quais torna-se o único ofertador para uma região ou país. (FRESCA, 2009, p.02).

Entendendo que essa mesma dinâmica é observada na região do Maciço de Baturité, o emprego do termo centralidade, no trabalho, leva a ideia da teoria dos lugares centrais de Christaller. Parte-se do pressuposto que centralidades se estabeleceram na rede urbana de algumas cidades da Macrorregião turística Serras úmidas/Baturité com especializações econômicas verificadas para reprodução capitalista. Ou seja, entende-se que alguns municípios do Maciço se especializam na produção e comercialização de determinados bens ou serviços, a ponto de se tornarem áreas centrais no contexto regional. As centralidades se configuram, principalmente, pela dinâmica de fluxos em torno desses centros especializados, caracterizados pelo movimento no sistema de ações, motivado pela circulação de pessoas, capital e, sobretudo das mercadorias, bens, serviços, na qual cada cidade se especializou. Toda

esta dinâmica encontra-se articulada em redes e interligadas pelos nós que nelas se formam. Ressalta-se que a articulação em rede dessas áreas se dá pelas relações existentes entre si para suprir umas as necessidades da outra, tendo em vista que a vocação econômica de cada município da região permite as inúmeras trocas de bens, serviços e capitais. Formam, assim, novos nós na rede urbana regional, sendo possível associar a teoria da centralidade ao caráter hierárquico das cidades a medida que um lugar se torna central em determinada região por emanar uma maior influência seja econômica, política, turística, educacional e etc. Por este motivo pode-se se colocar a um nível superior na hierarquia urbana regional. Dentre várias classificações hierárquicas de influências das cidades, a do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE é uma das mais difundidas e citadas. Desde 1966, o instituto realiza a classificação da hierarquia urbana brasileira a fim de conhecer os relacionamentos entre as cidades do país com base na análise dos fluxos de bens e serviços.

Ao investigar a rede urbana brasileira, pretende-se subsidiar o planejamento estatal e as decisões quanto à localização das atividades econômicas de produção, consumo privado e coletivo, bem como prover ferramentas para o conhecimento das relações sociais vigentes e dos padrões espaciais que delas emergem. (IBGE, 2007)

Desta forma, dados extraídos do REGIC, 2007, (Regiões de influência das cidades) confeccionado em Regiões de influência das cidades, confeccionado pelo IBGE, dão conta que a hierárquica das cidades brasileiras em 5 (cinco) níveis e subdivididos em mais outros 2 e 3 subníveis.

As Metrôpoles que foram divididas em três subníveis, segundo a extensão territorial e a intensidade das relações identificadas. Subdividem-se em grande metrópole nacional, metrópoles nacionais e metrópoles. Sendo São Paulo a grande metrópole nacional por reunir o maior conjunto urbano do país com cerca de 20 milhões de habitantes aproximadamente. As metrópoles nacionais além de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, estão em primeiro nível da gestão territorial. Constituindo o segundo nível da gestão territorial, as Metrôpoles e os 12 principais centros urbanos do País: Manaus, Belém, Fortaleza,

Recife, Salvador, Belo Horizonte, Curitiba, Goiânia e Porto Alegre, marcadas pela grande população e por fortes relacionamentos entre si, possuem extensa área de influência direta. O terceiro nível na hierarquia urbana é composto pelas cidades conhecidas como capital regional que somam um total de setenta centros espalhados pelo Brasil segundo o IBGE, em 2007. Este grupo é subdividido em três subníveis: capitais regionais A, B e C, agrupadas pelo total de população e quantidades de relacionamentos⁷⁴, com capacidade de gestão no nível logo inferior ao das metrópoles, com área de influência no âmbito regional.

Os centros sub-regionais estão entre os níveis 4 e 5 da gestão territorial, possuem área de atuação mais reduzida que as capitais regionais, e relacionamentos com centros externos à própria rede dão-se, em geral, apenas com as três metrópoles nacionais. Ainda subdividem-se em Centros sub-regionais A e B. No quinto nível da gestão territorial está o centro de zona, cidades de menor porte e com atuação restrita à sua área imediata; exercem funções de gestão elementares. Subdivide-se em: centro de zona A e B. Por fim, a última hierarquia são Centros locais, o restante que somam 4 473 cidades, ou seja, a maioria das cidades brasileiras, cuja centralidade e atuação não extrapolam os limites do próprio município, servindo apenas aos habitantes, com população inferior a 10 mil habitantes (mediana de 8 133 habitantes). Essa esta classificação leva a afirmar que todas as cidades do Maciço de Baturité constituem aspectos de cidades pequenas.

Na classificação pelo porte urbano e população, todos os municípios do maciço de Baturité são cidades pequenas e salvo algumas exceções todas centros locais. Ao se considerar a centralidade que extrapola os domínios territoriais da própria cidade, constata-se que em Baturité, Redenção, e Guaramiranga, possuem certa centralidade capaz de influenciar as demais à medida em que são pólos econômico, educacional e turístico respectivamente. Portanto no Ceará, dentre diversas cidades médias, pequenas e a metrópole Fortaleza, todas as cidades do maciço de Baturité são consideradas cidades pequenas.

⁷⁴ O número de relacionamentos é calculado como o número de vezes em que, no questionário da pesquisa do IBGE para confecção do Regic 2007, o centro foi mencionado como destino (IBGE, 2007).

Estas que na perspectiva de cidade pequena, nos critérios que as classificam como tal, ainda são escassos na literatura geográfica. Não obstante, “o urbano dessas cidades é diferenciado, com práticas sociais, marcadas por um mundo onde a natureza ainda se faz presente, onde a deficiência dos serviços interfere na qualificação do modo de viver urbano” (SANTANA, 2010). Porém, em Guaramiranga o território está dotado de equipamentos capazes de minimizar essas deficiências com intuito de atender ao conforto dos consumidores da paisagem e espaço, os turistas. Sobre o tema Sposito (2009) ressalta a importância do entendimento da articulação entre o rural e o urbano, pois para ela não há qualquer possibilidade de se compreender as cidades pequenas e médias sem essa articulação. A denominação de pares de articulação a relação do rural com urbano, assim como a relação cidade-natureza está presente nas cidades. Segundo a autora, nas cidades pequenas e médias, muito mais que nas metropolitanas, analisar os pares de articulação, é importante para se entender porque essas cidades existem e qual seu papel na rede urbana. Os pares de articulação são notáveis em demasia nas cidades do Maciço de Baturité, apesar de nas últimas duas décadas os dados demográficos apontarem para uma urbanização acelerada, esses municípios ainda detêm boa parte da população vivendo em áreas rurais ou no perímetro urbano, mas se relacionando diretamente com espaço rural ou de lá tiram sua subsistência. Desta forma, articulam intensamente a relação rural-urbano, muito mais visível, em cidades pequenas, interiores que resguardam a base agrícola.

Centralidades urbanas em Baturité: Os lugares centrais de Baturité, Guaramiranga e Redenção.

Foram constatadas centralidades que ocorrem no polo turístico onde se encontram as treze cidades com especificidades direcionadas ao comércio, educação, lazer e turismo respectivamente concentrados nas cidades de Baturité, Redenção e Guaramiranga, ou seja, centralidades que se estabeleceram na rede urbana das cidades de forma diferenciada, com especialidades econômicas voltadas à reprodução capitalista polarizadas pela oferta de determinados serviços.

A cidade de Baturité é o núcleo central na Macrorregião, a cidade mais desenvolvida economicamente em termos de comércio e serviços,

além de ser a mais populosa da região, mais antiga podendo ser considerada “cidade mãe”, pois dela foram se emancipando as demais cidades do Maciço. Redenção a segunda maior cidade do Maciço concentra serviços educacionais de nível superior e Guaramiranga a menor cidade da região concentra serviços equipamentos hoteleiros e de lazer. Foi produzido um mapa para demonstrar a dinâmica dos lugares centrais na região de acordo com o serviço demandado e ofertado, na qual foi verificado os números de estabelecimentos comerciais para designar a centralidade econômica, o número de leitos de hospedagem para definir a centralidade turística e o número de matriculados em instituições de ensino superior públicas para designar a centralidade por serviços educacionais. A Figura 2 mostra as centralidades do Maciço de Baturité.

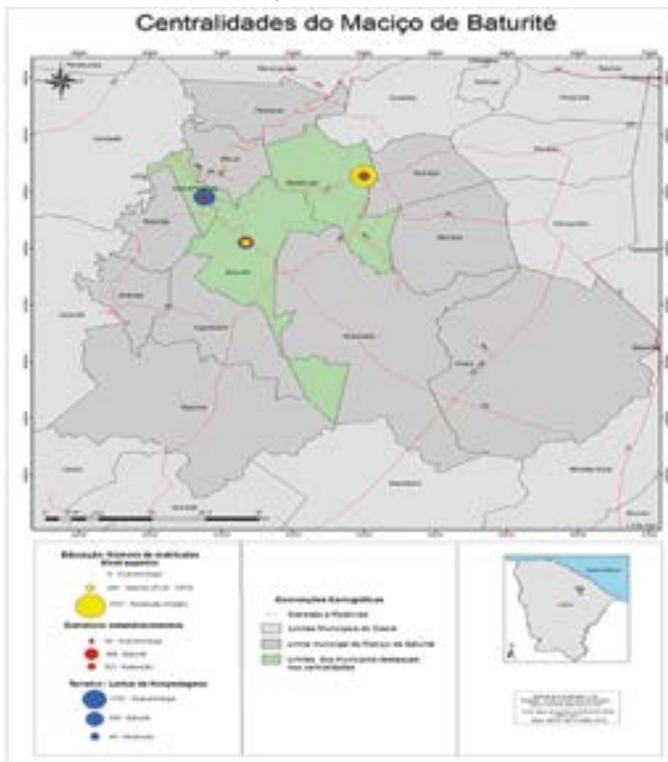


Figura 2– Centralidades no Maciço de Baturité.

Fonte: Base cartográfica da SEMACE, 2009; SEFAZ, 2011; IBGE, 2010; UNILAB, 2013; IPECE, 2012.

Parte da demanda por alguns serviços nos municípios vizinhos podem ser supridas em Baturité, como por exemplo, serviços bancários de determinados bancos ou compras em lojas de maior porte. Porém, ressalta-se que quando se trata do setor de serviços turísticos e receitas geradas pelo turismo e infraestrutura para o mesmo, Guaramiranga supera Baturité, por ser a mais visitada e movimentada, sobretudo, em períodos de festivais e finais de semana. Baturité a mais antiga da região e precursora da ocupação do homem branco e o índio, abrangendo toda área dos municípios que hoje compõem a Macrorregião, que mais tarde formariam um único município de Baturité com exceção de Ocara e Palmácia, pertencentes na época a cidades de Quixadá e Maranguape, respectivamente. Portanto, a sede do município de Baturité desde a colonização da aera se configurou como centro econômico da região e historicamente polarizou a região em torno de si, gerando a primeira centralidade.

Baturité, e os outros municípios vizinhos por conta do clima ameno e da água em relativa abundância, serviram de refúgio para populações sertanejas de cidades como Canindé e Quixadá, que ali se abrigaram durante a seca conhecida como a seca dos três setes. Assim, se intensificou a ocupação e aglomeração urbana que se aproxima dos 25 mil habitantes na sede do município de Baturité (IBGE, 2010). Historicamente Baturité tem maior população e conseqüente maior economia da região, e assim mobilizou alocação de equipamentos básicos e presença de firmas, como por exemplo, agências bancárias que na região se encontram em Baturité. Os apontamentos históricos servem de base para o entendimento da influência histórica que a cidade que dá nome a região impõe sobre as cidades próximas, à medida que pelo maior porte no contexto regional absorve os serviços mais especializados. Em 2000, de acordo com IBGE/IPECE (2006), Baturité contava com a população de 29.861 residentes, sendo 20.846 moradores na zona urbana e 9.015 moradores na zona rural. Em 1991, a população urbana representava 59,67% e em 2010 passou para 73,30%, o que demonstrou acelerada urbanização. De acordo com IBGE em 2010 a população eleva-se a 33.321 habitantes, dos quais 25 mil destes vivendo em zona urbana (IBGE, 2010). Portanto, é o maior centro urbano da região. A Figura 3 mostra o principal corredor comercial de Baturité.



Figura 3 – Centro comercial Baturité-Ce.

Fonte: OLIVEIRA, Paulo Roberto A. 2013.

No centro do município visualiza-se o prédio de uma das maiores lojas do Maciço compondo a rede de 78 lojas de móveis, eletrodomésticos, eletrônicos e variedades da marca presente nas cidades que possuem centro comercial capaz de oferecer mercado consumidor no Ceará, três dessas no Piauí, sobretudo em cidades médias desses estados. Portanto consolida-se Baturité como centralidade comercial na macrorregião do Maciço com a maior aglomeração urbana que se aproxima dos 25 mil habitantes na sede do município (IBGE, 2010). As três cidades da região que concentram maior número de estabelecimentos comerciais são Aracoiaba com 338, Redenção com 353 e destaque para Baturité com 589 estabelecimentos comerciais registrados na junta comercial segundo IPECE, 2012. Em Guaramiranga, uma das mais representativas cidades da macrorregião turística das Serras úmidas emana a dinâmica da centralidade turística. Contraditoriamente, possui a menor população residencial de todos os municípios cearenses (IBGE, 2010), resguarda aspecto de cidade pequena, em contrapartida recebe maior quantidade

de visitantes da Macrorregião turística. Destaca-se como o principal polo de atração de visitantes, com visibilidade considerável, na medida em que recebe turistas do Ceará e de outros estados. Consolida-se como um dos maiores polos receptores de turistas para o interior do estado. Segundo dados da Secretaria de Turismo do Ceará – SETUR, nos municípios do interior cearenses visitados por turistas, ingressaram no estado via Fortaleza no ano de 2012, total de 2.084.537 pessoas. Guaramiranga foi o 14º município mais visitado por turistas de outros estados que desembarcaram no aeroporto de Fortaleza, com total de 24.181 visitantes (SETUR, 2013).

Portanto, a centralidade turística de Guaramiranga na região é fato. Além da atração de turistas provenientes de outros estados brasileiros, a maioria provém da metrópole Fortaleza na busca da contemplação da paisagem de exceção, clima frio, há também a atração de visitantes da própria região motivados até mesmo pela “fama” que Guaramiranga adquiriu junto às demais. As belezas e particularidades inerentes à cidade de Guaramiranga passam por processo de divulgação e publicidade e isto com efeito multiplicador atrelado a potencialidade turística do município forma a centralidade turística em torno de Guaramiranga, pelo menos na macrorregião turística Serras úmidas Baturité. Guaramiranga construiu *marketing* diferenciado. Coriolano (2005) mostra que o turismo passa por uma série de transformações resultantes da mudança do nível de consciência da população mundial, no que toca à defesa de seus direitos, passando também a viagem a ser um anseio de todos. Identifica algumas forças fundamentais que impulsionam as mudanças atuais no turismo, os novos consumidores, novas tecnologias, necessidade de novas formas de produções, gestões mais flexíveis e mudanças no entorno, sendo o Maciço lugar oportuno para desenvolvimento dessa atividade. Para receber turistas, investem-se nas cidades e na produção de estabelecimentos para hospedar os visitantes. Em Guaramiranga atualmente já existem milhares de leitos, fato este que consolida o município como lugar central do turismo na região. O quadro 1 demonstrar a disparidade no número de leitos na região.

Regiões e municípios turísticos	Oferta dos meios de hospedagem					
	2010			2011		
	Estabelecimentos	Unidades habitacionais	Leitos	Estabelecimentos	Unidades habitacionais	Leitos
Maciço de Baturité	68	977	2.909	72	1.059	2.993
Aratuba	3	29	68	3	29	68
Baturité	12	238	664	14	286	650
Barreira	1	11	23	1	12	25
Guaramiranga	22	336	1.090	22	336	1.110
Mulungu	5	58	185	6	59	205
Pacoti	10	140	382	10	148	388
Palmácia	2	20	46	2	20	46
Redenção	3	28	56	3	28	56

Quadro 1 - Oferta dos meios de hospedagem na Macrorregião turística Serras úmidas/Baturité.

Fonte: Secretaria de Turismo do Ceará- SETUR 2012.

Desta forma verifica-se que a maioria dos leitos disponíveis da rede hoteleira da Macrorregião turística Serras Úmidas/Baturité se encontram concentrados no município de Guaramiranga, para tanto se apresenta gráfico 01 com as devidas parcelas correspondentes a cada município da região que possuem leitos para hospedagem.

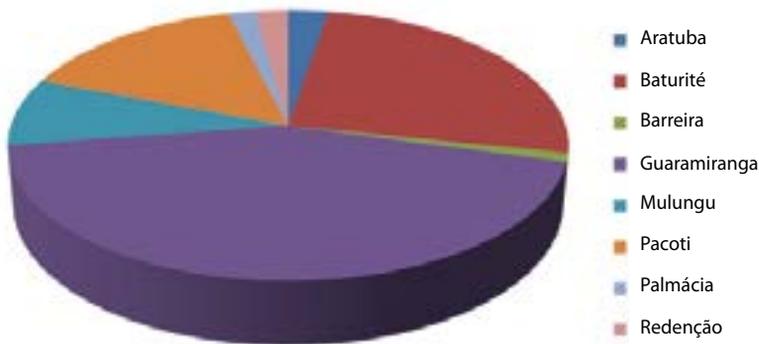


Gráfico 1 – Proporção da oferta dos meios de hospedagem no Maciço de Baturité.

Fonte: Secretaria de Turismo do Ceará- SETUR 2012. Org: Oliveira, Paulo Roberto A.

Analisando a centralidade turística em torno de Guaramiranga, verifica-se também forte relação entre as demais cidades, sobretudo as inseridas na Área de proteção ambiental – APA, o que proporciona maior potencial turístico quer já esteja sendo explorado ou não, pois cidades, como Pacoti, Mulungu, Aratuba e Palmácia possuem aspectos naturais semelhantes a Guaramiranga, mas, ainda carecem de algumas infraestruturas básicas para o pleno funcionamento do *trade*⁷⁵ turístico local. Estes quatro municípios estão próximos, tanto geograficamente, economicamente e culturalmente. Assim as potencialidades turísticas não se resumem a Guaramiranga. Na medida em que as demais cidades da serra são “descobertas” para o turismo, desvelam-se novas paisagens que “brindam” os visitantes com belas imagens, quase que ainda intocadas nos topos das serras. Mesmo sem o mesmo aporte de investimentos, políticas públicas e empreendimentos privados de turismo que em Guaramiranga, as cidades de Pacoti e Mulungu, conseguem atrair número considerável de visitantes. Para tanto há tentativa de descentralizar o foco de Guaramiranga e dividir os resultados do turismo com as demais cidades da região, estes municípios

⁷⁵ Conjunto de equipamentos da estrutura constituintes do produto turístico, englobando todas as empresas que atuam na organização, promoção e desenvolvimento do turismo. (CANDIOTO, 2010)

investem em oferta diferenciada para atrair visitantes. Foi desta forma que iniciativas públicas e privadas articulados com o discurso do desenvolvimento regional deram margem a criação da Macrorregião Turística.



Figura 4 – Prédio provisório da UNILAB na entrada da cidade de Redenção.

Fonte: Oliveira, Paulo Roberto A. 2013.

Além das centralidades de Guaramiranga e Baturité, outra centralidade na macrorregião foi identificada na cidade de Redenção, distante a apenas (52 km) cinquenta e dois quilômetros de Fortaleza. Esta se consolida como polo educacional na Macrorregião turística Serras Úmidas Baturité, principalmente, com a implantação da segunda Universidade Federal em território cearense. A Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro Brasileira - UNILAB polarizou o pequeno município como atrativo para estudantes de várias partes do Ceará, do Brasil e de outros países, à medida que partes das vagas na instituição são reservadas a estudantes africanos provenientes dos países de língua portuguesa considerados países parceiros, que

atualmente são Angola, Cabo Verde, Guiné Bissau, Moçambique, São Tomé e Príncipe e Timor Leste. Apesar de possuir atrativos turísticos naturais e culturais voltados à tradição de ter sido a primeira cidade do Brasil a libertar os escravos, e de possuir um museu que conserva a casa grande, senzala e moinho da época da escravidão que ainda podem ser visitados, Redenção se mostra um lugar central das relações ligadas à educação superior.

A Unilab sediada em Redenção - CE, enquanto não tem concluído o prédio definitivo Campus das Auroras, funciona provisoriamente com nome de Campus da Liberdade, no prédio onde funcionava até então a Prefeitura Municipal de Redenção que cedeu o espaço. A Unilab possui outros dois campus, um na cidade vizinha de Acarape (Campus dos Palmares) e outro na cidade de São Francisco do Conde na Bahia (Campus São Francisco do Conde). Com a implantação da Unilab, Redenção passou a concentrar a maior oferta de vagas em curso superior em instituição pública no Maciço com 2.351 entre graduações e pós-graduações, seguidas de Baturité com 228 matriculados em nível de graduação no campi avançado do Instituto Federal de Educação – IFCE, nos outros municípios quase inexistem representativo números de vagas como em Aracoíaba no Centro Vocacional tecnológico – CVT e em Pacoti pela Universidade Estadual do Ceará – Uece, ambas mantidas pelo Governo do estado do Ceará. Configurando assim a centralização do nível superior em Redenção polarizando a cidade na região. Verificou-se, ao analisar as entrevistas com residentes de Redenção, que desde que a universidade passa a funcionar na cidade, houve intensa mobilização de pessoas e consequentemente dinamização da circulação de bens, mercadorias e serviços. Além da pressão ao setor imobiliário, de transporte e comércio local, concretizando assim a influência e a centralidade perante a Macrorregião na qual está inserida. Houve também valorização de imóveis e aluguéis na sede de Redenção a ponto dos estudantes que decidiram morar na cidade procurarem bairros mais distantes da UNILAB, como o caso de grupo de alguns estudantes africanos que residem no distrito de Antônio Diogo distante 10 Km (dez quilômetros) de Redenção.

Considerações Finais

Essa reflexão é parte da dissertação de mestrado em desenvolvimento que estuda a repercussão da atividade turística na dinâmica espacial da cidade de Guaramiranga-CE, localizada na região conhecida como maciço de Baturité. A existência das centralidades nas cidades que compõem a macrorregião turística do maciço de Baturité diferencia o Maciço e o torna um lugar agradável para as segundas residências e o turismo. A investigação leva a reconhecer os indícios de centralidade, a influência e o relacionamento entre as cidades serranas, com caráter hierárquico definido pela especialização espacial que cada uma adquire em suas formações. Seja pelo turismo, pela educação, pelos serviços e até pela influência da Metrópole Fortaleza que se encontra a poucos quilômetros da Macrorregião e promove diversas articulações e fluxos de mercadorias, pessoas, capital e ideias.

Bibliografia Consultada

ABREU, Reginaldo C. **Abordagem Conceitual de Região No Âmbito da Ciência Geográfica e da Política Governamental de Mato Grosso: Estabelecendo Relações Com o Ensino do Conceito de Região na Educação Básica – Cuiabá** -dissertação de mestrado, UFMT, 2011.

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

CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessôa. *Considerações sobre o conceito de turismo sustentável*. **Revista Formação – Presidente Prudente n.16, volume 1 – p.48-59 – 2010**.

CORIOLO, Luzia N. M. T. 2 ed. **Do local ao Global: o turismo litorâneo cearense**. Campinas: Papirus, 2001.

_____, Luzia N. M. T.; SILVA, Sylvio Bandeira de Melo e. **Turismo e Geografia: Abordagens Críticas**. Fortaleza: EDUECE, 2005.

CHRISTALLER, W. **Central places in Southern Germany**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1966. 230 p.

ESPÍNOLA Andréa. M. O Processo de Regionalização: Configuração Espacial e Hierarquia Urbana -Rede de Cidades no Paraná., 2005, anais xienanpur.ufba)

FRESCA Tânia Maria, Rede Urbana, Níveis de Centralidade e Produção Industrial: perspectivas para um debate. Egal 2009.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em < www.ibge.gov.br > acesso em 25/11/2013.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, censo 2010. Disponível em < <http://censo2010.ibge.gov.br/>> Acesso em 10/12/2013

IPECE - Instituto de Pesquisas Estratégicas do Ceará. Disponível em http://www2.ipece.ce.gov.br/atlas/capitulo1/11/pdf/1.1.13_macrorregioes_turisticas_ce.pdf> acesso em 12/11/2013.

GOVERNO DO CEARÁ, Plano de Desenvolvimento Regional do Maciço de Baturité, Fortaleza, 2003.

MORAES, Antonio C. R. COSTA, Wanderley M. **Geografia Crítica**: A valorização do espaço. 4ª Ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

POLÍTICAS PÚBLICAS EM ÁREAS DE LAZER E TURISMO DE FORTALEZA/CE

Tiago da Silva Castro⁷⁶

O texto versa sobre as relações provenientes das políticas públicas de requalificação das áreas urbanas de Fortaleza para o lazer moderno ressaltando questões pertinentes ao meio ambiente urbano e à dinâmica socioeconômica, sobretudo referente à especulação imobiliária, aos usos turísticos destas áreas, ao direito à natureza e ao lazer na cidade. Embasa-se nas categorias geográficas de território e lugar, analisa parcelas do espaço onde surgem conflitos, resistências e significados. Abordam-se estudos sobre os aspectos históricos da urbanização da natureza, planejamento urbano e políticas públicas de criação e requalificação das áreas verdes em espaços de lazer da Metrôpole. Apresenta o lazer surge como forma de reprodução da força de trabalho, sobretudo após conquistas trabalhistas seguintes à Revolução Industrial, ao longo da história do homem, trabalho e descanso andam sempre associados, mas o ócio é que é necessidade humana. Parafraseando Lafargue (2003) afirma-se que uma estranha loucura se apossou das classes operárias das nações onde reina a civilização capitalista. Esta loucura arrasta consigo misérias individuais e sociais que há dois séculos torturam a triste humanidade. Esta loucura é o amor ao trabalho, a paixão moribunda do trabalho, levado até o esgotamento das forças vitais do indivíduo e da sua progenitora. Em vez de reagir contra esta aberração mental, os padres, os economistas, os moralistas sacrossantificaram o trabalho.

Considera-se o tempo livre invenção da modernidade. Fins de semana, feriados e férias remuneradas são conquistas da classe trabalhadora e possibilitam a reprodução da força de trabalho, que consiste na criação de condições pelas quais a produção possa seguir. Assim, o trabalhador utiliza o salário para garantia, entre os períodos de

76 Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Ceará. Bacharel em Geografia pela Universidade Estadual do Ceará. Pesquisador do Laboratório de Planejamento Urbano e Regional (LAPUR/UFC). Observatório das Metrôpoles – Núcleo Fortaleza.

produção, da reposição da força de trabalho consumida anteriormente (BOTTOMORE, 2001). A garantia da reprodução da força de trabalho se dá por meio do acesso à saúde, saneamento básico, educação, cultura, moradia e lazer. Porém as políticas produzidas pelo *Welfare State*, nos países desenvolvidos, nunca chegaram aos países pobres, o que, associado aos baixos salários das classes trabalhadoras, acaba por conferir percalços no acesso aos direitos sociais básicos garantidos pela lei, a exemplo da Constituição Federal Brasileira de 1988 (SANTOS, 2008).

Efetivamente parte dos direitos sociais torna-se mercadoria. O consumo no Brasil se amplia, seja de serviços ou de mercadorias (SANTOS, 2005). O lazer inclui-se nessa vitrina, devido à falta de políticas públicas de conservação dos espaços públicos de lazer. Verifica-se o apogeu da criação de espaços de lazer mercantilizados. Exemplo disso é a crescente edificação de *shoppings* e corredores comerciais em grandes centros urbanos. Concomitantemente, lazeres em parques urbanos, zoológicos e praças são deixados em segundo plano. Porém a realidade não é homogênea no espaço urbano, sendo visível a preferência do poder público pela requalificação dos parques urbanos em bairros ocupados pelas classes média e alta, onde também se encontram praças socialmente funcionais e mais bem conservadas. Todavia pensar que intervenções estruturais, em determinados espaços de lazer urbano, visam ao atendimento demagógico das necessidades de lazer das classes mais abastadas, acaba por incorrer em errônea justificativa do problema. A requalificação dos espaços de lazer, sobretudo das áreas verdes, robustece o mercado imobiliário da capital. O verde é acessório essencial ao processo de compra de imóveis, realidade firmada em metrópoles como Londres, Nova Iorque, Paris, ou mesmo em São Paulo/SP, Goiânia/GO ou Florianópolis/SC.

A mercantilização da natureza liga-se ao direito à cidade. Com a transformação das cidades em ambientes em que proliferam insalubridades, a natureza urbanizada torna-se valor de uso para as classes trabalhadoras e valor de troca para especuladores e governantes. De forma previsível, as massas trabalhadoras, já desprovidas do direito efetivo ao espaço urbano, se veem também sem acesso à natureza nas cidades. Contraditoriamente, a busca pelo lazer e pelos espaços

naturais nas cidades, acaba por fragmentar ainda mais o espaço urbano, pois a luta pelo direito à natureza exclui a realidade maior do direito à cidade (LEFEBVRE, 2001). Da mesma forma, Harvey (2011), ao abordar a funcionalidade da estruturação urbana, diz que, enquanto para a população os espaços do cotidiano são *locus* das relações afetivas e horizontais, para os agentes do capital é necessária a formação da consciência coletiva favorável à reestruturação. Quando a persuasão não surte efeito, é comum os desenvolvedores recorrerem à subversão política ou à força bruta para limpeza da terra urbana.

Um domingo no parque

A partir de metade do século XX, a cidade de Fortaleza vivencia crescimento demográfico impetuoso, de cerca de 300 mil para 2 milhões de habitantes entre 1950 e 2000 (SOUZA, 2005). A instalação de infraestrutura e serviços urbanos não acompanha o crescimento demográfico e a dispersão da população, ocasionando a formação de sérias disparidades no espaço urbano, inclusive na ocupação de áreas de proteção ambiental e áreas verdes.

Fortaleza possui 14 áreas verdes de lazer urbano, das quais 13, sob gestão municipal e uma, estadual, listadas na Tabela 1. O município conta com grande número de praças distribuídas em áreas de abrangência de sete Secretarias Executivas Regionais (SER), com parques também em todas.

TABELA 1: PARQUES URBANOS DE FORTALEZA			
Nome	SER	Localização	IDH do Bairro
Pólo de Lazer da Av. Sargento Hermínio	1	Av. Sargento Hermínio - Monte Castelo	0,531
Parque Adahil Barreto	2	Rua Major Virgílio Borba - São João do Tauape	0,572
Parque Rio Branco	2	Av. Pontes Vieira - São João do Tauape	0,572

Parque Ecológico do Cocó	2	Av. Engenheiro Santana Junior - Cocó	0,858
Parque Rachel de Queiroz	3	Vários bairros (porção Oeste de Fortaleza)	0,485 (média)
Parque Parreão	4	Av. Eduardo Girão - Parreão	0,627
Lagoa do Opaia	4	Av. Lauro Vieira Chaves - Aeroporto	0,466
Calçadão da Lagoa da Parangaba	4	Av. José Bastos - Parangaba	0,549
Parque Ecológico da Lagoa da Maraponga	5	Av. Godofredo Maciel - Maraponga	0,572
Complexo Ecológico do Passaré	6	Av. Prudente Brasil - Passaré	0,423
Parque Municipal das Dunas de Sabiaguaba	6	Estrada da Sabiaguaba - Sabiaguaba	0,446
Parque Pajeú	Centro	Rua São José - Centro	0,627
Parque da Liberdade (das Crianças)	Centro	Rua Pedro I - Centro	0,627
Passeio Público	Centro	Rua Dr. João Moreira - Centro	0,627

Fonte: FORTALEZA, 2013. Elaboração: CASTRO, CORIOLANO, 2014.

O Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza (PDDU), no artigo 81 do capítulo VI, diz que “os espaços livres oriundos de parcelamento do solo, bem como outros bens de uso comum, exceto vias públicas, destinam-se prioritariamente a implantação de áreas verdes” (FORTALEZA, 2014). Deveras, a citação contradiz as condições do meio ambiente urbano. Segundo estudo sobre áreas verdes na capital, divulgado pela Secretária de Urbanismo e Meio Ambiente de Fortaleza (SEUMA), cerca de 30% do território de Fortaleza é ocupado por áreas verdes, proporcionando um total de 41 metros quadrados de

verde por habitante (O POVO, 2013). Quantidade satisfatória, se a maior parte não estivesse concentrada em terrenos particulares.

Também se ressalta que, apesar da considerável porcentagem por áreas verdes (com potencial para de 45 parques), somente 11 são reconhecidas em âmbito municipal, somadas às duas áreas de lazer edificadas (Calçadão da Lagoa da Parangaba e Passeio Público), e apenas um administrado pela esfera estadual, (FORTALEZA, 2003). As áreas verdes de lazer urbano estão presentes na Figura 1.



Figura 1: Mapa das áreas verdes de lazer em Fortaleza.

Fontes: Google Earth e Prefeitura de Fortaleza. Elaboração: CASTRO, CORIOLANO 2014.

Considerando as ações de manutenção dos parques urbanos, realizadas com maior frequência, verifica-se que são acontecimentos fortuitos na dinâmica da capital. Ocasionalmente fazem-se limpezas e dragagens de lagoas, poda do excesso de mato algumas vezes por ano, em raríssimos casos, instalação de lixeiras e, uma ou duas vezes no ano, plantio de mudas (geralmente pelo dia do Meio Ambiente ou Festa Anual das Árvores). Ações de requalificação de áreas verdes da cidade são fatos raros, sobretudo após o início dos anos 2000. Na abordagem crítica das funcionalidades do meio ambiente urbano de Fortaleza,

elucida-se a dinâmica destes espaços. Porém verifica-se de antemão que o acesso à natureza e ao lazer são os menores motivos do poder público na conservação das áreas verdes urbanas. Em janeiro de 2014, por meio do Decreto Nº 13.292, regulamenta-se o Parque Urbano Rachel de Queiroz, projeto de quase duas décadas. Desta forma tem-se o maior parque de Fortaleza, com 12 quilômetros de extensão, nos bairros Monte Castelo (SER II), São Gerardo (SER II), Presidente Kennedy, Padre Andrade, Pici, Dom Lustosa, Henrique Jorge, Antonio Bezerra, Autran Nunes, Genibaú (SER V) e Quintino Cunha (Movimento Pró-Parque Rachel de Queiroz, 2014). A Figura 2 mostra trecho do Riacho Alagadiço no bairro Presidente Kennedy.



Figura 2: Riacho Alagadiço próximo ao North Shopping.

Fonte: Fortaleza em Fotos, 2011.

Englobando importantes sistemas fluviais, o Riacho Alagadiço e o Rio Maranguapinho, e açudes importantes como o João Lopes e o Santo Anastácio (Açude da UFC), a regulamentação do parque Rachel de Queiroz tem extrema importância do ponto de vista da manutenção da carga hídrica e sedimentar dos afluentes do Rio Ceará.

Porém a urbanização do parque tem sido a principal reivindicação dos movimentos ambientalistas, pois o local é alvo de especulação imobiliária, ocupações irregulares, depósito de lixo e despejo de efluentes, impactando, assim, importante sistema ambiental da cidade de Fortaleza e, para além disso, não satisfazendo a exigência da população por mais espaços públicos de lazer e qualidade ambiental (DIÁRIO DO NORDESTE, 2013). Além disso, o riacho Alagadiço e o Canal da Bela Vista, que liga a Lagoa de Parangaba ao Açude da UFC, passam por intenso processo de ocupação e canalização, fato que, associado ao despejo indevido de esgoto e água servida, causam sérios impactos ambientais: alagamentos em áreas de risco e poluição dos solos e aquíferos locais. É intenso o processo de assoreamento dos leitos dos riachos e córregos, problema para o sistema ambiental ali estabelecido, visto que fluxos hídricos cada vez menores chegam ao rio Maranguapinho e ao rio Ceará.

Junto à porção norte do Parque Rachel de Queiroz está o Polo de Lazer da Avenida Sargento Hermínio, espaço verde de lazer na área de abrangência da SER I. Durante muitos anos, foi local de lazer e realização de atividades esportivas pela população de Fortaleza, sobretudo pelos moradores dos bairros São Gerardo, Monte Castelo e Vila Ellery. Apesar de importante para o lazer da população da capital, o parque passa por grandes problemas em toda a estrutura. Depósitos de lixo, insegurança, falta de iluminação, falta de equipamentos de lazer (para realização de atividades físicas e esportivas) e falta de infraestrutura estão entre as principais reclamações dos frequentadores (Movimento Pela Revitalização do Polo de Lazer da Av. Sargento Hermínio, 2007). Diversas notícias denunciam a situação de depredação do parque, inclusive tentativa da Prefeitura Municipal, junto a uma construtora, em edificar um ginásio poliesportivo, o que, segundo o Movimento Pela Revitalização do Polo, não foi proposto em reuniões do Orçamento Participativo. Segundo o movimento, tal construção causaria impactos ambientais de grandes proporções e não é prioridade para os frequentadores, que preferem o lazer ao ar livre. A reforma proposta, no ano de 2008, não saiu do papel, pois, segundo a Secretaria Executiva Regional I, a construtora responsável desistiu da licitação. Na realidade, de 2008 até 2014, várias promessas de requalificação do parque não

foram cumpridas pelo poder público municipal. A Figura 3 mostra o descaso e as depredações do Polo.



Figura 3: Casa da Segurança fechada e coberta de pichações.

Fonte: Panorama Fortaleza, 2006.

A lagoa da Parangaba, no bairro homônimo, tem o maior volume d'água de Fortaleza, possuindo no entorno, ginásio poliesportivo, a Praça dos Caboclos, o Terminal de ônibus da Lagoa, e, supostamente, o Polo de Lazer da Parangaba. Supostamente, pois, segundo a Prefeitura Municipal, o polo seria composto pelo calçadão depredado e praça defronte ao terminal, onde se realiza a Feira da Parangaba, aos finais de semana.

A lagoa da Parangaba, que, na década de 1940, abastecia as motobombas dos militares norte-americanos acampados na base aérea do Pici (FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 2007), enfrenta sérios problemas ambientais envolvendo empresas do entorno e ocupações irregulares. Despejos de esgoto e entulho têm considerável contribuição na poluição e assoreamento da lagoa que, em 2011, passou pela dragagem, com retirada de cerca de 130 mil toneladas de entulho. A

ocupação da feira também contribui para a conspurcação do ambiente, pelos detritos, restos de animais e frutas. Como área de lazer, verificam-se poucas funcionalidades, um restaurante (Restaurante Delta) ao lado do túnel da Parangaba e atividades esportivas no trecho do calçadão que se estende da Praça dos Caboclos à Rua Tururu, e que originalmente circundava a maior parte da lagoa, hoje destruído, sobretudo à margem da Avenida José Bastos, devido ao estacionamento irregular em dias de feira. Entre as ações da Prefeitura, está desbaste do mato, plantio de mudas em épocas do ano citadas e retirada de lixo e entulho postos às margens da lagoa.



Figura 4: Feira realizada às margens da lagoa da Parangaba.

Fonte: Prefeitura de Fortaleza, 2013.

O Parque Ecológico da Lagoa da Maraponga foi instituído no início da década de 1990, pelo então governador Ciro Gomes, sob forte pressão dos movimentos ambientalistas contra a continuidade da edificação do empreendimento imobiliário Parque Maraponga, que não teve todos os blocos de apartamentos construídos, sofrendo embargos do poder público municipal, da SEMACE e do IBAMA

(CASTRO; MENDES, 2012a). Localizado na jurisdição da SER V, na região oeste de Fortaleza, no bairro da Maraponga, incorpora área verde e ambiente lacustre, além de elevado potencial para atividades de lazer da população que reside no bairro e entorno. A lagoa da Maraponga, alimentada pelo riacho de mesmo nome, compõe a bacia hidrográfica do rio Cocó, com função de alimentar a carga hídrica de açudes e lagoas como açude do Campus do Itaperi e Lagoa da Itaperaoba (COGERH, 2010). O parque possui duas disposições legais: um decreto municipal, não regulamentado, e um estadual, ambos referentes a 1991, fato que poderia servir de base para intervenções de requalificação. A despeito de a criação ter sido realizada pela esfera estadual, é a Prefeitura que fiscaliza o local e realiza modesta manutenção, capinação e retirada de lixo acumulado, além de limpeza da lagoa durante o ano. Mesmo com utilização do parque pela população, em finais de semana, é visível a situação de depredação e falta de infraestrutura, além de quase não haver frequentadores durante a semana. Porém os problemas do espaço vão além: são despejos de esgoto do entorno, depósito de lixo na área verde e às margens da lagoa, ocupações irregulares, utilização da lagoa para banhos de animais e lavagem de veículos e depredações do patrimônio público (CASTRO; MENDES, 2012a).

A Lagoa do Opaia situa-se no bairro Aeroporto, na região central da capital. O modelo de ocupação do local, iniciado na década de 1950, segue o traçado da linha férrea da RFFSA (Rede Ferroviária Federal S/A), com expansão de comunidades até os limites do Terminal de Aviação Geral e da lagoa. O polo de lazer, edificado em meados da década de 1970, tem, como equipamentos de lazer, quiosques e campos de futebol que, até a década de 1990, se somavam ao calçadão, *playground* e local de banho. Margeada ao sul pela Av. Lauro Vieira Chaves, é grande o número de ocupações que circundam a lagoa, o que, associado à ausência de saneamento, causa sérios impactos ao ambiente lacustre. São depósitos de lixo e despejo de esgoto às margens da lagoa, mortandade de espécies aquáticas e redução da cobertura vegetal (O POVO, 2013). O lazer do local é bastante reduzido, pelas calçadas destruídas e a iluminação pública sem funcionamento, causando insegurança. Em 2011 a Prefeitura agendou reforma do espaço, porém nenhuma medida de requalificação foi tomada.

O Parque Parreão localiza-se no bairro Parreão, entre as avenidas Borges de Melo e Eduardo Girão, criado no início da década de 1990, como área de lazer dos moradores do entorno, com *playground*, pontes sobre córregos, calçadas e bancos. Com os anos e sem a devida atenção do poder público e zelo da população, o parque tornou-se travessia perigosa. Existem depósitos de lixo, despejo de esgoto, infraestrutura de lazer comprometida (bancos quebrados, calçadas destruídas, pontes caídas, etc), animais abandonados e constante insegurança, devido à iluminação pública deficiente (FORTALEZA EM FOTOS, 2013). No final de 2013, autorizada pela Prefeitura, a reforma que deveria ter iniciado em dezembro, ainda não aconteceu.

O Parque Municipal das Dunas de Sabiaguaba, criado em 2006, visa a preservação do equilíbrio ambiental da área por meio da criação de Unidades de Conservação: o Parque Natural Municipal das Dunas de Sabiaguaba e a Área de Proteção Ambiental de Sabiaguaba (FORTALEZA EM FOTOS, 2011). Localizado no bairro da Sabiaguaba, leste de Fortaleza, o parque abriga importantes sistemas ambientais, como a margem esquerda da foz do rio Pacoti e a foz do rio Cocó, com densos manguezais, campos de dunas, lagoas interdunares e estuários, fundamentais na reprodução de espécies de peixes e crustáceos. Parte da paisagem costeira cearense, o local sofre pelos impactos de uso e ocupação. A foz do Cocó apresenta indícios de assoreamento, pela retirada de vegetação para instalação de empreendimentos às margens do rio, em especial, da ponte que dá acesso à praia de Sabiaguaba, aumentando a carga sedimentar destinada ao leito do rio (MEIRELES, 2005). Além da ação eólica de transporte de dunas móveis, a foz passa por forte processo de estreitamento. Também há considerável interesse imobiliário, sendo necessárias constantes intervenções judiciais. Os moradores buscam a conservação do parque por meio de iniciativas de educação ambiental. Há também barracas de praia e o Museu Natural do Mangue, que promove aulas de caiaque, educação ambiental e atividades de turismo ecológico. Visualiza-se a foz do rio Cocó na Figura 5.



Figura 5: Foz do rio Cocó no parque de Sabiaguaba.

Fonte: Google Plus, 2009.

Parque da Liberdade, Parque Pajeú e Passeio Público são áreas verdes, no bairro Centro, de consideráveis diversidades em suas dinâmicas. Também conhecido como Cidade da Criança, o Parque da Liberdade foi criado em 1890, com urbanização da lagoa do Garrote, que sangrava para o riacho Pajeú. Chama-se Cidade da Criança enquanto escola infantil na década de 1930 e, entre 1950 e 1970, funciona como Jardim Zoológico de Fortaleza (FORTALEZA EM FOTOS, 2010). Além da lagoa, tem-se anfiteatro, castelete, “Ilha do Amor” ao centro da lagoa, bancos e mesas, além de gramado e animais. Ali, funciona a FUNCI (Fundação da Criança e da Família Cidadã), órgão da Prefeitura Municipal, que trabalha com menores em situação de risco. O espaço, outrora local de encontro de casais e famílias, atualmente é evitado por muitas pessoas, pois é visível a sujeira e a falta de zelo pelo patrimônio, pelo lixo na lagoa, pichações, bancos quebrados, dejetos e odor de urina. Tombado em 1991, a Prefeitura informa que medidas de manutenção dependem de autorização do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e da Secretaria de Cultura de Fortaleza (Secultfor).

O Parque Pajeú foi instalado em 1982, para urbanização das margens do riacho Pajeú, com pontes, bancos e grande cobertura de gramado e arborização e, em 1997, recebe esculturas de artistas cearenses (FORTALEZA EM FOTOS, 2011). O riacho passou por aterramentos, canalizações e desvios de curso, contendo grande quantidade de poluentes. Muitas esculturas foram roubadas e frequentadores reclamam da falta de segurança.

O Passeio Público foi construído em 1860, tido como primeira praça de Fortaleza. No início possuía diferentes planos: o primeiro, a atual área do local, destinava-se às elites; o segundo plano, onde hoje está a garagem da 10ª Região Militar, era frequentado pela classe média; no terceiro plano, havia um lago alimentado pelo riacho Pajeú, na área da Av. Presidente Castelo Branco até a Rua Adolfo Caminha, estavam as camadas mais pobres. Antes mesmo da edificação, o local era utilizado em execuções, em especial, de líderes da Confederação do Equador na década de 1830. O poder público relegou o segundo e terceiro plano, passando-os ao exército e à termelétrica Ceará Light (FORTALEZA EM FOTOS, 2013). Tombado pelo IPHAN, na década de 1960, o espaço foi utilizado para a prática de prostituição, assaltos e consumo de drogas. Em 2007, a Prefeitura Municipal reformou o local, que conta com grande área verde, com árvores centenárias, arbustos e gramados, bancos, fontes, monumentos, quiosque de lanches, segurança pública e patrimonial, sendo a área verde do Centro mais frequentada, inclusive nos fins de semana, quando o poder público incentiva atividades educativas e culturais.

No contexto das áreas de lazer do bairro Centro, adensado de aspectos urbanos (trânsito caótico, poluição sonora, grande produção de lixo, verticalização, violência, intenso fluxo de capitais e pessoas), o Passeio Público é a área verde com maior função de amenização. Parque Pajeú e Parque da Liberdade, apesar de importantes na história sociocultural da cidade, não estão nos planos de requalificação em curto prazo, mantendo assim, funcionalidades aquém do direito ao lazer. Por se localizarem em bairro de funções comerciais, as áreas verdes do Centro não conferem valorização ao entorno, característica importante em bairros residenciais. Os parques não agregam valor de troca aos estabelecimentos próximos, o que se soma ao fato destes

parques situarem-se em regiões periféricas do Centro, próximos aos bulevares proposto por Adolfo Hebster, Parque da Liberdade próximo à Avenida Duque de Caxias e Parque Pajeú junto à Avenida Dom Manuel (COSTA, 2009). O Passeio Público teve revalorização impulsionada pela litoralização de Fortaleza, antes cidade voltada para o interior, agora litorânea e receptora de fluxos turísticos, ressaltando-se a proximidade entre Passeio Público, zona hoteleira da praia de Iracema, Mercado Central de Fortaleza, Feira de Confecções da rua José Avelino e sede do Centro de Turismo do Ceará (EMCETUR). A Figura 6 mostra o Passeio Público.



Figura 6: Passeio Público de Fortaleza.

Fonte: Conversa Piaba, 2012.

No centro-sul da cidade, o bairro Passaré abriga o Complexo Ecológico, composto pelo Horto Municipal Falconete Fialho, Zoológico Sargento Prata e área verde. O Horto Municipal foi criado em 1977, visando à produção de mudas para arborização da cidade. Possui cerca de 280 espécimes, entre frutíferas, variáveis de ficus e pau-brasil. Com produção média anual de 100 mil mudas, o Horto fornece-as para replantio pela Prefeitura ou pelo setor privado, por compensação de cortes de árvores adultas (FORTALEZA, 2013).



Figura 7: Horto Municipal.

Fonte: CASTRO, 2011.

O Zoológico foi criado, em 1954, para receber a coleção de animais silvestres do Sargento Prata. Até 1983, é administrado pela prefeitura, quando se vincula à Empresa Municipal de Limpeza e Urbanização (EMLURB). Durante a década de 1990, famílias frequentavam o local, que já apresentava estrutura pequena e os mesmos animais (FORTALEZA NOBRE, 2011). Atualmente o público do parque são moradores do entorno, estudantes de escolas públicas e pesquisadores. O Horto Municipal e o Zoológico, localizados lado a lado, não constituíam complexo, fato que só veio se concretizar em 2005, com ampliação da área dos dois equipamentos, criação da área verde e da entrada na Rua Prudente Brasil, visando junção dos equipamentos e preservação ambiental do sítio ecológico da Lagoa do Passaré, área proveniente de terreno do Sítio Passaré, pertencente à família Girão (GIRÃO, 2008). Porém as mudanças não se concretizaram sem percalços. O Complexo, que deveria dar acesso aos três ambientes, não o faz, pois quem está no zoológico não pode acessar

o Horto Municipal, a não ser por meio de cerca caída nos fundos. A estrutura do zoológico não atende ao decreto do *Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal* (IBDF, 1983) e também não está registrado no IBAMA, não obedecendo, assim, às Instruções Normativas (IN) do órgão (1989; 2002). A área de quarentena dos animais fica ao lado do *playground*, sem condições satisfatórias para adaptação ou recuperação dos animais (CASTRO; CORIOLANO, 2011).

Os espaços internos das jaulas são ínfimos, constatando-se que algumas aves pouco podem se locomover (TAVARES, 2003). Cercas dos recintos estão enferrujadas, com riscos aos visitantes. O antigo estacionamento foi encoberto pelo mato e serve de entrada para assaltantes. Entre as funcionalidades do complexo estão lazer para a população, proteção ambiental de espécies animais e vegetais e especulação imobiliária de empreendedores. É fácil localizar empreendimentos que utilizam a imagem do parque como “o quintal de casa”, sobretudo o Reserva Passaré (BSPAR Incorporações) e o Horto Residence (Samaria Incorporações) (CASTRO; MENDES, 2012b). Constatadas as irregularidades, restou ao IBAMA interditarlo no final de 2013, pois, segundo o órgão, o Zoológico não oferece condições de segurança e manejo aos animais, faltando licenciamento, responsáveis técnicos (biólogo e veterinário), laudos de necropsia de animais mortos e relatórios de atividades. Além disso, o IBAMA assinou, junto ao município, um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) para correção de problemas, que não foram solucionados. O Complexo permanece fechado e sem nenhuma satisfação por parte dos órgãos responsáveis.

Os parques Rio Branco, Adahil Barreto e Cocó estão localizados entre bairros de alto poder aquisitivo. O Parque Rio Branco situa-se no bairro Joaquim Távora, com entradas pela Avenida Pontes Vieira, Rua Visconde do Rio Branco, Rua Castro Alves e Rua Capitão Gustavo. Com decreto de criação em 1976, foi desapropriado e delimitado somente em 1992, pelo projeto da EMLURB, que propunha a construção de quadras poliesportivas, campo de futebol *society*, restaurante, *playground*, circuito de caminhada e estacionamentos (LIMA; ROCHA, 2009). O parque contempla, além de considerável área verde de porte arbóreo-arbustivo, a nascente do riacho Rio Branco e leito do riacho Tauape.

Porém as propostas não foram seguidas, sendo implantados somente pista de caminhada, quiosques, iluminação e campo de futebol. Em 2000, foi publicado decreto para ampliação da área do parque, o que, segundo o Movimento Proparque (2008), não aconteceu, com a redução da área e os riachos quase aterrados. Em 2005, a Prefeitura cria comissão para a realização de novo projeto de requalificação do espaço. As obras, iniciadas em 2006, foram responsáveis pela entrega de *playground*, anfiteatro, circuito de caminhada e segurança patrimonial. Porém, em 2011, os problemas retornaram. A nascente do riacho Rio Branco foi recoberta pelo mato, há lixo em diversos pontos, iluminação necessitada de constantes reparos, bancos e quiosques quebrados, entulho jogado na parte não urbanizada, ponte de travessia destruída e o parque recebe usuários de drogas, sendo constantes assaltos, inclusive um homicídio. A figura 8 mostra o interior do parque.



Figura 8: Parque Rio Branco em dia de limpeza.

Fonte: Prefeitura de Fortaleza, 2013.

O Parque Adahil Barreto foi fundado em 1980, em área do Parque do Cocó, no bairro Salinas, tornando-se fundamental nas atividades de educação e conscientização ambiental, com vasta área ocupada pelos manguezais e vegetação arbórea, o que, associado a equipamentos de

lazer, propiciou bons momentos de lazer à população de Fortaleza. São encontrados *playground*, área para piquenique, equipamentos de ginástica, pista de *cooper*, trenzinho para crianças, pombal, restaurante e Núcleo de Conscientização Ambiental, sendo primeiro parque a possibilitar visitas às margens do rio Cocó (FORTALEZA NOBRE, 2012). Porém, nos últimos anos, o lugar tem caído em desuso, devido a fatores como dificuldade de acesso, falta de segurança, ausência de lanchonetes e administração no local. Somam-se a isso constantes casos de abandono de animais, conferindo aspecto insalubre ao parque. Porém verifica-se certo cuidado com o espaço, havendo limpeza periódica, corte da grama e plantio de mudas de espécies nativas, o que mantém a paisagem com grande potencial para lazer e turismo. A Figura 9 ressalta o potencial inutilizado do Parque Adahil Barreto.



Figura 9: Parque Adahil Barreto bem cuidado, mas sem frequentadores.
Fonte: Fortaleza em Fotos, 2012.

O Parque do Cocó foi criado em meados da década de 1980. Com o fim da produção da Salina Diogo, o manguezal cresce às margens do rio Cocó (FORTALEZA EM FOTOS, 2013). Impulsionada pelos solos halomórficos da região, a vegetação se desenvolveu plenamente, em pouco mais de vinte anos. A região tratada se refere ao parque das trilhas, onde há uso efetivo do espaço de lazer. O manguezal do

rio Cocó é habitat de diversas espécies de mamíferos, aves, répteis, peixes, moluscos, crustáceos e insetos, além de grande variedade de flora. Apesar da importância ambiental, nunca foi demarcado de fato, conferindo-lhe a máxima que “o Parque do Cocó existe de fato, mas não de direito”. Dessa forma, inúmeros problemas incidem no parque, como construções no entorno, a exemplo do Iguatemi Empresarial, condomínios de luxo e viaduto da avenida Engenheiro Santana Junior. Apesar dos conflitos territoriais, o parque é a área verde mais conhecida, estruturada e frequentada da capital, com acessos bem estruturados, serviço de limpeza constante, policiamento ambiental, na maior parte do dia, placas indicativas e explicativas das espécies e áreas do parque e atividades esportivas e culturais nos fins de semana. A Figura 10 mostra o lazer no Parque do Cocó.



Figura 10: Trilhas do Parque do Cocó aos finais de semana.

Fonte: Blog Segunda Feira, 2012.

Verifica-se que estes três parques localizam-se em bairros com maiores Índices de Desenvolvimento Humano (IDH) de Fortaleza (Cocó, Aldeota, Dionísio Torres, Joaquim Távora e Meireles, de classe média ou alta, com IDH de 0,858, 0,830, 0,832, 0,656 e 0,916,

respectivamente). A condição destes parques demonstra disparidade de investimentos por parte do poder público, beneficiando as centralidades, sobretudo, o aumento do valor do solo urbano e da especulação imobiliária. Em termos de recursos aplicados, os três parques receberam medidas de requalificação nos últimos anos: o Cocó, equipamentos de arborismo e atividades esportivas aos domingos; o Parque Adahil Barreto, atividades culturais e educativas nos finais de semana; o Parque Rio Branco passou por reformas, entre 2006 e 2008, tem como principal causa dos problemas deprecação e uso indevido dos equipamentos. São os únicos parques da capital incluídos em programações do projeto Domingo no Parque, com atividades esportivas, culturais e infantis.

As praias de Fortaleza

Apesar de não considerados áreas verdes, os ambientes de praia são importantes espaços naturais de lazer e turismo da capital cearense. Apropriadas no início do século XX, as praias representam novo local de lazer das elites (DANTAS, 2011). Na década de 1990, tornam-se espaços de lazer mais democráticos, para onde se dirigem grandes fluxos aos finais de semana. São as zonas de praia que mais atraem turistas. Antes, moradia de populações pobres oriundas do interior, as praias percorrem significações de locais de tratamento de doenças, espaços de contato com a natureza, locais de lazer das elites, área de lazer para a coletividade e território de reprodução da atividade turística. A praia representa a face da Fortaleza turística, a parte consumível da cidade (ROCHA e CORIOLANO, 2007).

A Praia do Futuro é a mais frequentada, sobretudo durante finais de semana, com barracas e algumas sombras de coqueiro. Na maior parte do ano, é a mais balneável da cidade, o que atrai número maior de banhistas, principalmente entre manhã e tarde. Porém os maiores problemas são as territorialidades exercidas pelas barracas, privatizando o espaço público, por meio de cercamento, cobrança de valores ou exigindo consumo para que as pessoas possam ocupar as mesas postas à beira mar. A situação se estende com o debate de retirada ou permanência das barracas da Praia do Futuro.

As praias de Iracema, do Meireles e do Mucuripe também agregam bom número de visitantes e turistas, sobretudo à noite, como espaço de atividades físicas, gastronomia, comércio e contemplação. Há opções gastronômicas variadas, além das opções de lazer, quadras, campos de areia, pista de *skate* e patins, passeios de barco e aulas de surfe. É na praia de Iracema que se realizam shows gratuitos promovidos pela Prefeitura, festas como *réveillon*, pré-carnaval e shows religiosos são realizados no Aterro, assim como atividades esportivas. No comércio, a praia do Meireles se destaca, com feira de artesanato e confecções. Na praia do Mucuripe, tem-se o mercado dos peixes, que atrai fluxos de visitantes aos quiosques que vendem frutos do mar, sobretudo espécies de camarão. As dinâmicas ressaltam o exposto por Coriolano e Silva (2005), que o ócio de alguns somente é possível por meio do trabalho de outros.

As praias da Barra do Ceará e Caça e Pesca recebem, na maioria, visitantes locais, sobretudo moradores dos respectivos bairros. Nestas praias, lazer e sentimento de pertencimento do lugar se fazem mais presentes. A Barra do Ceará situa-se próxima à foz do rio Ceará, com muitas barracas em bancos de areia formados pelo processo de assoreamento do rio. Na praia do Caça e Pesca, margem esquerda da foz do rio Cocó, os frequentadores são moradores do entorno, população menos abastada, o que faz com que alguns visitantes e turistas reclamem da insegurança no local, que oferece, assim como a praia de Sabiaguaba, belíssima paisagem formada por manguezais e curvas do rio. Uma das reclamações dos residentes e turistas, em relação às duas praias, é o crescimento da violência nos últimos anos, causado pelo crescimento das comunidades dos entornos. Porém seria bastante perverso pensar em áreas de lazer público que reproduzam segregação socioespacial, incorrendo num retrocesso ao início o século XX.

Considerações finais

O estudo da dinâmica do direito ao lazer em Fortaleza constata que a maior parte das áreas verdes carece de cuidados, enquanto as zonas de praia tornam-se refúgios de descanso nos finais de semana. População e visitantes buscam outras formas de lazer, sobretudo nos “territórios de espetáculo para o consumo”: *shoppings*, corredores

comerciais (Av. Monsenhor Tabosa, Av. Dom Luis) (ROCHA e CORIOLANO, 2007), enquanto as camadas mais pobres buscam lazer mais próximo dos locais de moradia. Entre os percalços mais recorrentes em áreas verdes, estão insegurança e falta de infraestrutura adequada às atividades esportivas e de contemplação. A poluição também está entre as principais reclamações dos frequentadores. Daí destaque do fato, muitas vezes relegado, de que a coletividade também possui deveres quanto à manutenção destes espaços. Fato constatável, considerando o Código Florestal, é que todos os corpos hídricos nas áreas verdes, com exceção da lagoa do Passaré, sofrem pelas ocupações irregulares, sobretudo devido ao adensamento urbano e ao *déficit* de moradias na capital, fato inextricavelmente relacionado à especulação imobiliária, impulsionada pela presença de áreas verdes e equipamentos no entorno.

Quanto à significação das áreas verdes para a população, ressalta-se o grande número de pessoas favoráveis à requalificação destes espaços, os quais proporcionam qualidade de vida, amenização dos aspectos urbanos e possibilidade de lazer não mercantilizado. Verificando os aspectos naturais e culturais dos espaços públicos de lazer, constatam-se grandes potencialidades de todos os parques, oportunizando lazer, atividades educativas, proteção ambiental, sociabilidade e atividades turísticas. Assim, surgem os movimentos sociais ligados ao ambientalismo, que buscam discutir e nortear, junto ao poder público, ações de requalificação de funções sociais das áreas verdes.

As praias de Fortaleza, apesar do forte apelo turístico, são apropriadas principalmente pelos residentes, sobretudo durante os fins de semana. Mesmo em espaços como a praia do Meireles, onde a apropriação turística é latente e o valor dos serviços e produtos sobre consideravelmente, a população se faz presente. A facilidade de acesso também é diferencial para que a coletividade busque as praias, podendo ressaltar o programa Tarifa Social, implantado na gestão “Fortaleza Bela”, que confere valores menores ao transporte coletivo nos domingos, e a existência de linhas que levam a todas as praias. Assim, a zona costeira se constitui numa dialética em espaço turístico no mercado global, área de lazer e trabalho para a população local. Como opções de lazer urbanizado e voltado para as camadas menos abastadas, surgem polos de lazer, quadras poliesportivas, praças, extintas vilas olímpicas e,

recentemente, os Centros Urbanos de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (CUCA), nos bairros mais periféricos (Jangurussu, Barra do Ceará e Modumbim), configurando o que podem ser interpretados como novas centralidades na periferia (um lazer democratizado) ou novos locais de lazer distantes das centralidades de Fortaleza (uma segregação velada).

Bibliografia Consultada

BOTTOMORE, Tom. **Dicionário do pensamento marxista**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CASTRO, Tiago da Silva; CORIOLANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. **Políticas públicas e a preservação de áreas verdes**: o caso do Complexo Ecológico do Passaré. In: XVI Semana Universitária, 2011, Fortaleza. Anais, 2011.

CASTRO, Tiago da Silva; MENDES, Mariana Fernandes Mendes. **A dinâmica do meio ambiente urbano em Fortaleza/CE**: as relações sociais que permeiam o Parque Ecológico da Lagoa da Maraponga. In: Anais da 64ª Reunião Anual da SBPC. São Luis: SBPC, 2012a.

CASTRO, Tiago da Silva; MENDES, Mariana Fernandes Mendes. **O Complexo Ecológico do bairro Passaré**: atores e usos dos espaços públicos de lazer da cidade de Fortaleza/CE. In: XVIII Encontro de Iniciação à Pesquisa da UNIFOR. Fortaleza: UNIFOR, 2012b.

CEARÁ. COGERH. **Revisão do plano de gerenciamento das águas das bacias metropolitanas e elaboração dos planos de gerenciamento das águas das bacias do litoral, Acaraú e Coreau, no Estado do Ceará**. Fortaleza: ANA/BANCO MUNDIAL/PROÁGUA NACIONAL/COGERH, 2010.

CORIOLANO, Luzia Neide; SILVA, Silvio Bandeira de Mello e. **Turismo e geografia**: abordagens críticas. Fortaleza: EdUECE, 2005.

COSTA, Maria Clélia Lustosa. Planejamento e expansão urbana. In: DANTAS, Eustógio Wanderley Correia; SILVA, José Borzacchiolo da; COSTA, Maria Clélia Lustosa. **De cidade a metrópole**: (trans) formações urbanas em Fortaleza. Fortaleza: EDUFCE, 2009, p. 143-185.

Da Salina Diogo ao Parque do Cocó. **Fortaleza em Fotos**. Disponível em:< <http://www.fortalezaemfotos.com.br/2013/02/da-salina-diogo-a-parque-do-coco.html>>. Acesso em: 06 abr. 2014.

DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. **Mar à vista**: estudo da maritimidade em Fortaleza. Fortaleza: UFC Edições, 2011.

Diagnóstico do Parque Ecológico Rio Branco. **Movimento Proparque**. Disponível em:< <http://movimentoproparque.blogspot.com.br/2008/02/diagnostico-do-parque-ecologico-rio.html>>. Acesso em: 05 abr. 2014.

Enquanto parques agonizam, reformas ficam apenas no papel. **Diário do Nordeste**. Disponível em:<<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/enquanto-parques-agonizam-reformas-ficam-aindas-no-papel-1.399163>>. Acesso em: 03 mar. 2014.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Falta de esgoto ainda preocupa**. Fortaleza: O POVO, caderno Opinião, 01 de janeiro de 2007.

GIRÃO, Célvio Brasil. (Org.). **Memória do Sítio Passaré**. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2008.

HARVEY, David. O enigma do capital: e as crises do capitalismo. São Paulo: Boitempo, 2011.

Horto Municipal. **Prefeitura Municipal de Fortaleza**. Disponível em:< <http://www.fortaleza.ce.gov.br/emlurb/horto-municipal>>. Acesso em: 05 abr. 2014.

INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 004 - IBAMA. 2002. **Estabelece as exigências para a obtenção de registro pelos jardins zoológicos, classifica-os em categorias e dispõe sobre a estrutura de seus alojamentos**. Brasília: 04 de março de 2002.

INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 01 – IBAMA. 1989. **Estabelece os requisitos recomendáveis para a ocupação de alojamentos em jardins zoológicos**. Brasília. 19 de outubro de 1989.

JORNAL DIÁRIO DO NORDESTE. Enquanto parques agonizam, reformas ficam apenas no papel. **Diário do Nordeste**. Disponível

em:<[http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/enquanto-parques-agonizam-reformas- ficam- apenas-no-papel-1.399163](http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/enquanto-parques-agonizam-reformas-ficam- apenas-no-papel-1.399163)>. Acesso em: 03 mar. 2014.

LAFARGUE, Paul. **O direito à preguiça**. São Paulo: Claridade, 2003.

Lagoa do Opaia carece de cuidados. **O Povo**, Fortaleza. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/fortaleza/2013/03/30/noticiasjornalfortaleza,3031072/lagoa-do-opaia-carece-de-cuidados.shtml>>. Acesso em: 02 abr. 2014.

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.

LEI Nº 7.173 – IBDF. 1983. **Dispõe sobre o estabelecimento e funcionamento de jardins zoológicos e dá outras providências**. Brasília. 14 de dezembro de 1983.

LIMA, Anna Erika Ferreira; ROCHA, Nayara Maria Moura. Dinâmica dos parques urbanos em Fortaleza-CE: considerações sobre o Parque Rio Branco. **Conexões**, Fortaleza, v. 3, n. 1, p. 53-61, 2009.

MEIRELES, Antonio Jeovah de Andrade. **Riscos sócio-ambientais ao longo da zona costeira**. In: Anais da 57ª Reunião Anual da SBPC. Fortaleza: SBPC, 2005.

MRPLSH. **Relatório da situação que se encontra o Pólo de Lazer da Avenida Sargento Hermínio e apresentação da justificativa para a não construção de um ginásio poliesportivo e um anfiteatro na área de preservação ambiental**. Fortaleza: Movimento Pela Revitalização do Pólo de Lazer da Av. Sargento Hermínio, 2007.

O Povo. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/cotidiano/2013/09/06/noticiasjornalcotidiano,3124540/32-do-territorio-de-fortaleza-e-de-area-verde-aponta-mapeamento.shtml>>. Acesso em: 31 mar. 2014.

Parque Adahil Barreto – O Cocó Velho. **Fortaleza Nobre**. Disponível em:< <http://www.fortalezanobre.com.br/2012/05/parque-adahil-barreto-o-coco-velho.html>>. Acesso em: 06 abr. 2014.

Parque da Liberdade (Cidade das Crianças). **Fortaleza em Fotos**.

Disponível em:< <http://www.fortalezaemfotos.com.br/2010/09/parque-da-liberdade-cidade-da-crianca.html>>. Acesso em: 04 abr. 2014.

Parque Natural Municipal e APA das Dunas de Sabiaguaba. **Fortaleza em Fotos**. Disponível em:< <http://www.fortalezaemfotos.com.br/2011/07/parque-natural-municipal-e-apa-das.html>>. Acesso em: 03 abr. 2014.

Parque Pajeú. **Fortaleza em Fotos**. Disponível em:< <http://www.fortalezaemfotos.com.br/2011/04/parque-pajeu.html>>. Acesso em: 04 abr. 2014.

Parque Parreão. **Fortaleza em Fotos**. Disponível em:< <http://www.fortalezaemfotos.com.br/2013/02/parque-parreao.html>>. Acesso em: 02 abr. 2014.

Parque Rachel de Queiroz. **Movimento Pró-Parque Rachel de Queiroz**. Disponível em: < <http://www.parqueracheldequeiroz.org/>>. Acesso em: 27 fev. 2014.

Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano. **Prefeitura de Fortaleza**. Disponível em: <<http://www.fortaleza.ce.gov.br/pgm/plano-diretor-de-desenvolvimento-urbano>>. Acesso em: 20 fev. 2014.

Praça dos Martíres (Passeio Público) – Origem e Evolução. **Fortaleza em Fotos**. Disponível em:< <http://www.fortalezaemfotos.com.br/2013/02/praca-dos-martires-passeio-publico.html>>. Acesso em: 05 abr. 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA. **Inventário Ambiental Recursos Hídricos e Orla Marítima de Fortaleza**. Fortaleza: SEMAM, 2003.

Relação dos parques públicos de propriedade da PMF. **SEMAM**, Fortaleza. Disponível em:<http://www.fortaleza.ce.gov.br/semam/index.php?option=com_content&task=view&id=54&Itemid=80>. Acesso em: 19 mai. 2011.

ROCHA, Adriana Marques; CORIOLANO, Luzia Neide. Territórios do espetáculo para o turismo em Fortaleza. In: CORIOLANO, Luzia Neide Menezes Teixeira; VASCONCELOS, Fábio Perdigão.

- O turismo e a relação sociedade-natureza:** realidades, conflitos e resistências. Fortaleza: EdUECE, 2007.
- SANTOS, Milton. **Da totalidade ao lugar.** São Paulo: EdUSP, 2005.
- SANTOS, Regina Bega dos. **Movimentos sociais urbanos.** São Paulo: EdUNESP, 2008.
- SOUZA, Maria Salete de. Ceará: bases de fixação do povoamento e o crescimento das cidades. In: SILVA, José Borzacchiello da; CAVALCANTE, Tércia Correia; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. **Ceará: um novo olhar geográfico.** Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2005.
- TAVARES, Graziely de Oliveira Costa. **Situação atual dos recintos do Parque Zoológico Sargento Prata, Fortaleza – CE.** Fortaleza, 2003. 41 f. Monografia. Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2003.
- Zoológico Sargento Prata. **Fortaleza Nobre.** Disponível em: <<http://www.fortalezanobre.com.br/2011/03/zoologico-sargento-prata.html>>. Acesso em: 05 abr. 2014.

PODER LEGISLATIVO DO ESTADO DO CEARÁ: COMUNICAÇÃO EM TURISMO VIA TV E RÁDIO ASSEMBLEIA

Nara M. Sarmiento Rocha⁷⁷

Keila Cristina N. Mota⁷⁸

Introdução

A comunicação humana realiza-se em processo de troca de informações através de sistemas simbólicos verbais ou não verbais. Quando a comunicação não ocorre de forma direta entre emissor e receptor, mas depende de um instrumento técnico como o rádio ou televisão, existe mediação, é assim, uma comunicação mediada. O processo da comunicação influencia fortemente a atividade turística, que encontra nos veículos de comunicação uma ferramenta indispensável para o seu desenvolvimento. Coriolano (2003) falando de comunicação afirma que na medida em que novos meios de comunicação surgiram e se modernizaram novos espaços também foram reservados para a divulgação de destinos de descanso das pessoas, sendo as matérias publicitárias e jornalísticas, muitas vezes, disseminadoras de locais encantadores, tornando-se um convite para os fins de semana, folgas e férias.

O turismo, entendido como um conjunto de atividades socioeconômicas que possibilita o deslocamento e a permanência de pessoas para fora dos seus locais habituais de residência e tem adquirido cada vez mais importância na economia brasileira, correspondendo a aproximadamente 3,6% do Produto Interno Bruto (PIB) (RIBEIRO; ANDRADE; MOTA, 2012). Segundo dados do Banco Central, a corrente cambial turística (receita mais despesa), confrontados nos anos

77 Mestre em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará. Servidora pública da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará.

78. Doutora em Turismo e Hotelaria pela (UNIVALI/SC). Docente e pesquisadora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) e do Mestrado Profissional em Turismo da UECE.

de 2010 e 2011, cresce 25,37%: de US\$ 22,341 bilhões, em 2010, para US\$ 28,009 bilhões, em 2011 (BRASIL, 2012).

No Brasil, em especial na região Nordeste, a atividade é utilizada como estratégia de desenvolvimento desde meados dos anos 1980, e ao longo das últimas décadas tem se destacado entre as regiões brasileiras, devido ao conjunto de investimentos privados, com destaque para a hotelaria, investimentos em infraestrutura turística pelo Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR NE I e II), que proporciona à região ser superavitária no fluxo das receitas turísticas entre as regiões brasileiras (CEARÁ, 2012a).

No Ceará, o impacto sobre o PIB gerado pelo turismo cresceu de 4,0% em 1995 para 10,8% em 2010 (CEARÁ, 2012b). O turismo encontra-se em plena ascensão. A capital do Estado está entre os destinos mais visitados por turistas nacionais e estrangeiros. Em junho de 1995, no governo de Ciro Gomes, é criada a Secretaria do Turismo (SETUR), com a missão de fortalecer o Estado como destino turístico nacional e internacional, de forma sustentável, com foco na geração de emprego e renda, na inclusão social e na melhoria de vida do cearense.

A Assembleia Legislativa do Estado do Ceará (ALCE) é um espaço onde os representantes do povo discutem e analisam questões para concederem à população resoluções aos problemas da sociedade, além de soluções para o desenvolvimento de diversas áreas no Estado, dentre elas o turismo. Para realizar a função legislativa, a Assembleia conta com o apoio de 18 comissões técnicas permanentes. Essas, além de analisar projetos e mensagens apresentadas a ALCE, promovem audiências públicas para discutir com a população o conteúdo das matérias, temas e demandas da sociedade. Dentre as comissões, destaca-se a Comissão de Indústria e Comércio, Turismo e Serviço (CICTS) que entre os assuntos abordados estão àqueles relativos ao turismo.

Além da Comissão, a relação da Assembleia com o turismo dá-se por meio do debate, discussão e divulgação da atividade turística do Estado pelos meios de comunicação que a instituição oferece à população, sendo eles a TV Assembleia, Rádio FM Assembleia, Agência AL, Jornal Assembleia, Revista Plenário e o Comitê de Imprensa. O debate das questões relacionadas ao turismo parte do suposto de que, para além do lado comercial, as

discussões turísticas trazem consigo fatores políticos e sociais capazes de oferecer conteúdos, ideias e valores que podem e devem ser aplicados nos meios acadêmico e prático. Assim, escolheu-se esse objeto de estudo por ser pouco explorado e oferecer inúmeras possibilidades e caminhos.

Esleu-se, assim, a TV Assembleia e a Rádio FM Assembleia 96,7 como veículos de comunicação explorados no estudo, considerando que, apesar da internet ser um dos meios mais eficazes e rápidos, ainda é o rádio e a TV, enquanto mídias de massa de maior alcance, que dominam e entram com mais força na casa do cidadão brasileiro, cearense e fortalezense. Diante do exposto, fez-se o seguinte questionamento: Quais mensagens referentes ao turismo foram transmitidas através dos programas veiculados nos meios de comunicação da Assembleia Legislativa do CE?

O objetivo é analisar a comunicação em turismo na Assembleia Legislativa do Estado do Ceará no período de 2011 e 2012; identificar e verificar quais mensagens referentes ao turismo foram transmitidas através dos programas veiculados nos meios de comunicação da Assembleia, em especial na TV Assembleia e na Rádio Assembleia FM 96,7, em 2011 e 2012.

O método utilizado foi exploração documental e de campo, usando a técnica de análise do discurso. A abordagem foi qualitativa, possibilitando análise crítica a respeito do tema. Segundo Rodrigues (2007, p. 4), a pesquisa bibliográfica recupera o conhecimento científico acumulado sobre o problema. Já a pesquisa de campo “é a observação dos fatos tal como ocorrem. Não permite isolar e controlar as variáveis, mas perceber e estudar as relações estabelecidas”. A pesquisa documental tem os documentos como objeto de investigação. O documento como fonte de pesquisa pode ser tanto escrito como não, como filmes, vídeos, slides, fotografias ou pôsteres. Esses documentos são utilizados como fontes de informações, indicações e esclarecimentos que trazem seu conteúdo para elucidar determinadas questões e servir de prova para outras, segundo o interesse do pesquisador (FIGUEIREDO, 2007).

Assim, foram utilizados para análise documentos de arquivos da programação executada tanto da TV quanto da Rádio Assembleia, no período de 2011 e 2012. Foi também realizado um levantamento

estatístico através da técnica de clipagem, diagnosticando a quantidade de programas relativos ao turismo que foram gravados, o tempo de duração de cada um deles, o veículo utilizado para a exibição desses programas, se TV Assembleia ou Rádio FM Assembleia 96,7.

A análise do discurso é uma técnica que tem como objeto de estudo o próprio discurso. Ela apresenta-se como um entrecruzamento de diversos campos disciplinares, com destaque para a linguística, o materialismo histórico (por situar a linguagem na história) e a psicanálise (que introduz a noção de sujeito discursivo) (ORLANDI, 1999; FERNANDES, 2008). Para a realização, interpretação e análise do que foi coletado, realizou-se a discussão dos resultados e a construção de todas as etapas, adotou-se a metodologia exploratória do tema baseado em Bauer e Gaskel (2002), que afirmam que o discurso é o espaço em que o saber e o poder se articulam, asseguram ainda, que a imagem é um discurso tão forte como o texto, que são documentos de análise.

Na abordagem qualitativa o pesquisador aprofunda a compreensão dos fenômenos que estuda, interpretando-os segundo a perspectiva dos participantes da situação enfocada, sem se preocupar com representatividade numérica, generalizações estatísticas e relações lineares de causa e efeito (PATTON, 2002). Subdivisões foram catalogadas na pesquisa a fim de identificar qual segmento do turismo ganhou mais destaque nas reportagens. Os dados apresentados nos gráficos objetivam maior clareza aos resultados obtidos. As técnicas propostas por Bauer e Gaskell (2002) foram escolhidas a fim de dar suporte na análise do conteúdo das mensagens selecionadas para esse estudo. Assim, foram apontados os programas, as datas de veiculação, os tempos de transmissão e os assuntos das matérias, possibilitando a construção de uma percepção e de um diagnóstico da forma e do teor (quantidade e qualidade da mensagem) em que o turismo entra na pauta da TV Assembleia e da Rádio Assembleia FM 96,7. Além disso, quadros foram criados, nos quais foram relatadas as datas de veiculação dos programas relacionados ao turismo, o tempo de transmissão, além do formato das matérias, informando as mensagens veiculadas sobre o turismo nas duas mídias do legislativo que a pesquisa estudou.

Também foi calculada a média aritmética do tempo de

veiculação das mensagens, tanto as transmitidas pela TV quanto pela Rádio Assembleia, ressaltando aquelas de maior e menor tempo de veiculação. Foram realizadas três entrevistas, que muitocontribuíram para o entendimento dos objetivos da Comissão de Indústria, Comércio, Turismo e Serviço da ALCE, além da seleção das mensagens sobre turismo veiculadas nos meios de comunicação dessa instituição. Entrevista com o presidente da CICTS no período 2011/2012, via gravação em celular, o diretor do núcleo de TV da ALCE e a diretora do núcleo da Rádio Assembleia FM 96,7, via gravação em celular e e-mail.

Comunicação em turismo: mensagens veiculadas nas mídias TV Rádio da Assembleia

No período que compreende os anos de 2011 e 2012, referente a 29ª legislatura, ou seja, tempo de mandato, sob a presidência do deputado Roberto Cláudio foram veiculadas 109 matérias na TV Assembleia e na Rádio FM Assembleia com abordagens sobre o tema turismo. Destas, 15 foram transmitidas pela TV 94 pela Rádio Assembleia. A grande diferença no número de inserções realizadas pelos dois veículos pode ser explicada por diversos motivos, entre eles a maior facilidade técnica de transmissão pela rádio, que trabalha com entrevistas por telefone, além de ser desnecessária a elaboração de imagens.

A Assembleia, instituição pública possui informações sobre os investimentos do governo e sobre as medidas de incentivo ao turismo do Estado, fato constatado também com essa pesquisa, que mostra uma maior veiculação da temática “eventos” e outros nas mensagens veiculadas sobre o turismo pela TV e Rádio Assembleia. Dessa forma, grande parte das discussões e informações veiculadas na Rádio FM Assembleia 96,7 e na TV Assembleia tratam o assunto de forma positiva, de modo a divulgar as medidas e incentivo e incremento à atividade. Salvo algumas questões que fogem da ordem e trazem para pauta algum descaso das autoridades competentes em relação ao turismo ou diminuição dos números relativos ao desenvolvimento do mercado turístico local.

Em entrevista concedida à pesquisadora, o presidente da Comissão de Indústria, Comércio, Turismo e Serviço (CICTS) da

ALCE, na legislatura 2011/2012, foi questionado sobre pontos importantes que retratam o trabalho da CICTS, em especial sobre o Turismo.

Quando questionado sobre qual a importância da Comissão (CICTS) na seleção das matérias veiculadas pela TV e Rádio Assembleia, o deputado relatou que a comissão trabalha sempre no sentido de deliberar sobre a matéria que chega ao seu trâmite. As sessões são acompanhadas pela TV e pelo rádio, inclusive as audiências públicas. Assim, gera-se a pauta da comissão para a TV Assembleia, conforme sejam as discussões que são tratadas dentro do ambiente da comissão. Ele afirma que não há um critério específico, sendo as matérias elencadas conforme surge a discussão, sendo, então, levada para o debate, tanto ordinária como extraordinária ou em audiência pública.

Já o segundo questionamento se deu sobre o turismo cearense e se este se encontra com destaque merecido dentro das matérias discutidas e elencadas pela CICTS para transmissão na TV e Rádio Assembleia. O mesmo, de imediato, respondeu que sim, sem dúvida nenhuma, entretanto ressaltou que tal assunto não é pauta única, sendo este, nem sempre, a matéria principal. Enfatizou ainda que a TV e a Rádio Assembleia estão sempre dispostos a contribuir no processo em discussão matérias relevante sobre o turismo, prova disso foi a proposta sobre o capítulo Turismo para ingressar na Constituição Estadual, quando da revisão da mesma em 2009, recebendo ampla cobertura na TV e na radio sobre essa discussão, mostrando a relevância do tema para a sociedade cearense.

Finalizando essa entrevista, o deputado ressaltou a importância do turismo para a CICTS e para os cidadãos, afirmando que o turismo hoje é um grande negócio para o Ceará. Ressaltou que tal Estado é provido do turismo sol e praia, onde se têm em média três mil horas de sol por ano. Lembraram também do turismo de eventos, citando o Centro de Eventos do Ceará, do turismo de negócios, além do turismo histórico e cultural, segmentos em que estão em emergência.

A programação executada pela TV Assembleia nos anos 2011 e 2012

Inicialmente, antes mesmo de ser repassado ao leitor o levantamento executado a respeito da programação veiculada pela TV Assembleia em 2011 e 2012, é importante retratar um pouco sobre os recursos humanos desse veículo de comunicação, sendo fundamentais para o adequado funcionamento deste.

Na legislatura de 2011/2012, a TV Assembleia era composta por 92 funcionários, dos quais 17 destes exerciam a função de cinegrafista (18,47%), 17 eram repórter (18,47%), sendo, 3 destes também apresentadores, e 13 faziam a tarefa de produtores (14,13%), totalizando 51,07% de funcionários nessas três funções citadas. As demais funções exercidas na TV Assembleia, como Recepcionista, Editor de Imagem, Maquiador, Arquivista, Editor, etc., são exercidas por 48,93% dos funcionários.

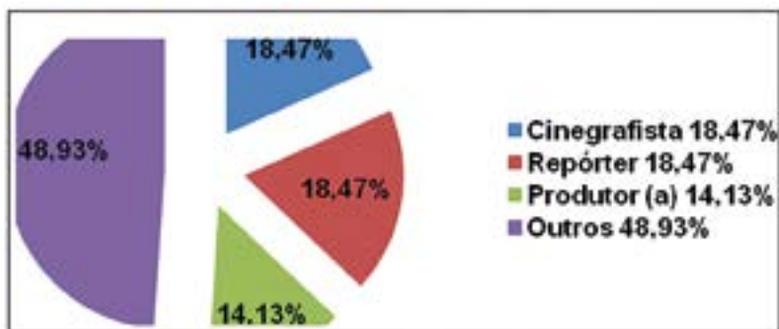


Gráfico 1 – Distribuição das funções exercidas na TV Assembleia (2011/2012)

Fonte: Pesquisa Documental, 2013.

Após levantamento dos Recursos Humanos da TV Assembleia, tem-se o *clipping* das mensagens sobre turismo executadas por esse meio de comunicação na legislatura de 2011/2012. Foram exibidas 15 reportagens sobre a temática turismo no período compreendido dessa pesquisa (2011/2012), sendo todas elas exibidas no programa Jornal Assembleia, compreendendo os meses de janeiro de 2011 a dezembro

de 2012.

A média aritmética de tempo de exibição dessas matérias foi de 2,42 minutos, sendo a maior delas exibida em 3 minutos e 26 segundos e a mais curta com duração de 13 segundos.

A temática “bairro” aparece em 3 das 15 mensagens veiculadas (20%), quando se trata do “novo roteiro cultural pelos bairros da cidade”, “urbanização do Morro Santa Terezinha” e “Ordem de serviço para obras na Praia do Futuro”. O “aumento do número de turistas” também aparece em 3 das 15 reportagens do *clipping*, equivalendo, também a 20% das reportagens transmitidas. São elas: aumento de turistas durante o feriado, alta estação e aumento no número de turistas e ocupação dos hotéis no período de alta estação. As demais temáticas, como “chuvas”, “cidades” e Eventos, como “Copa de 2014”, etc., perfazem um total de 60% das mensagens veiculadas sobre turismo.

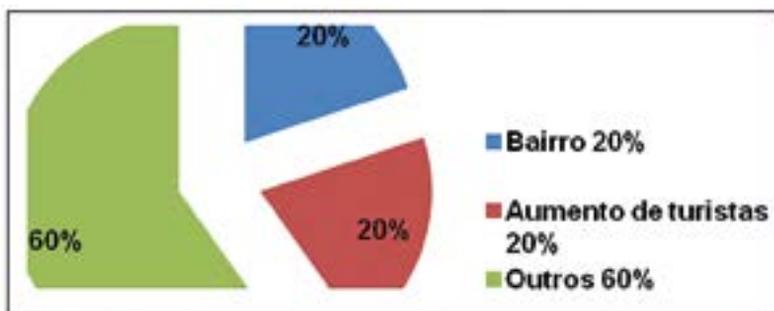


Gráfico 2 – Porcentagem das mensagens veiculadas na TV Assembleia no clipping sobre turismo (2011/2012)

Fonte: Pesquisa documental, 2013.

Segundo a bibliotecária da TV Assembleia, as reportagens exibidas na TV Assembleia são arquivadas em *Hard Disk* (HD) por apenas um ano e meio, mas nem sempre foi assim. Antes, tais reportagens eram arquivadas apenas em *Digital Versatile Disc* (DVD), havendo o controle das mesmas em planilha no Excel. Ressalta ainda que as reportagens do ano 2005, ainda armazenadas em DVD, encontram-se impossibilitadas de visualização, pois o dispositivo de armazenamento está arranhado, não sendo possível exibi-las e nem gravar.

Quanto à programação, a rotina de produção dos referidos programas é realizada de segunda à sexta-feira, com a exibição de programas diários, tendo destaque na área do turismo a temática eventos, com o ALCE na Copa, exibido as segundas, sextas e domingos, além das atividades do plenário, das comissões e audiências públicas, transmitidos ao vivo.

Em recente entrevista realizada pela pesquisadora com o diretor de núcleo de TV da ALCE, foi retratado como é abordada a temática “turismo” na TV Assembleia, e se há alguma diretriz a ser seguida. Foi explicado que são duas as maneiras como se encara a questão do turismo na TV Assembleia. A primeira, e principal, é quando há uma ligação com a Comissão de Técnica, ou seja, quando a Comissão vai tratar do assunto e levanta debates acerca do turismo em Fortaleza, no Ceará, no Nordeste, ou no Brasil. E, assim, são pautados pela CICTS. Já a segunda se dá de forma espontânea, quando existem condições para isso, como, por exemplo, uma alta-estação ou um evento na cidade. Também foi questionado sobre quem faz a seleção das pautas, afirmando que as questões debatidas na Comissão Técnica de Turismo entram na nossa pauta e têm prioridade. Quanto às demais matérias, a chefe de redação que as coordena, podendo delegar a uma das produtoras a necessidade de cobrir alguma questão específica.

Indagado se as matérias sobre turismo são veiculadas pela TV Assembleia com certa periodicidade e se há algum programa específico para abordagem de tal tema foi dissertado que não há nenhuma programação específica para o turismo, ficando as pautas sobre turismo à serem abordadas esporadicamente dentro dos programas exibidos pela TV Assembleia. Porém ele ressaltou que há um programa chamado AL na Copa, que aborda muitas vezes assuntos de turismo ligados à Copa das Confederações de 2013 e à Copa do Mundo de 2014, que acontecerá no Brasil, sendo Fortaleza, capital do Ceará, uma das cidades-sede de ambos os eventos.

Programação executada pela Rádio Assembleia nos anos 2011 e 2012

A Rádio FM Assembleia 96,7 contava com 56 profissionais,

distribuídos entre diretores, jornalistas, produtores, redatores, editores, secretárias e atendentes, somando o conhecimento de cada um destes para a construção da programação desse veículo de comunicação.

A rotina de produção dos referidos programas é realizada de segunda à sexta-feira, com entrevistas realizadas em estúdio, com o entrevistado ou por meio de telefone com os jornalistas e/ou repórteres. Os redatores constroem o texto lido pelo locutor, enquanto os editores editam e qualificam as matérias que entram no ar diariamente.

O armazenamento das matérias se dá em sistema da própria Rádio, chamado Censura, onde se guarda todas as sonoras e músicas transmitidas ao longo dos quase seis anos de execução desse veículo. Dentre os programas transmitidos, o maior deles está compreendido no período de 9:00h da manhã às 18:50h, no qual ocorrem as atividades legislativas/ política em destaque. A programação do final de semana, aos sábados e domingos, é compreendida, na maioria, por reprises de programas exibidos ao longo da semana.

É notória que a temática turismo não possui programa específico na grade de programação da Rádio Assembleia FM 96,7, não sendo possível, porém, afirmar, que o assunto não seja abordado na programação da rádio.

Em entrevista concedida à pesquisadora, a diretora do núcleo de rádio da ALCE esclareceu como a temática turismo entra na grade de programação da Rádio Assembleia.

Quando questionada como são elaboradas as pautas sobre turismo nesse veículo de comunicação, ela afirmou que as pautas expostas na ALCE, tanto no Plenário, quanto na CICTS são veiculadas na programação da rádio. Além disso, ressaltou que todas as iniciativas referentes ao turismo em nível municipal, regional e nacional são recebidas com atenção, não esquecendo as iniciativas do legislativo, tendo grande atuação nessa área. Informou que a primeira seleção das pautas para a programação da Rádio 96,7 é feita pelos jornalistas e produtores, sendo finalizada por ela, que é a diretora e editora.

Quando indagada se a Comissão de Turismo da Assembleia é consultada, respondeu que sim, sempre que o assunto compete a ela.

Enfatizou que os repórteres da rádio, diariamente, passam por todas as Comissões da Casa, objetivando captar prioridades para compor a pauta de assuntos a serem veiculados.

Questionada se na rádio há alguma programação específica para o turismo, respondeu que específica não, mas citou alguns programas exibidos pela Rádio 96,7 na qual essa temática pode aparecer, como “Notícias do Ceará”, o “Programa Narcélio Lima Verde” e o “Política em Destaque”, sendo o primeiro citado aquele que aborda o assunto turismo com mais frequência.

No período de 2011 e 2012, a entrevistada afirmou que inúmeras foram as abordagens referentes ao turismo exibidas nesse período, com destaque para alta estação, comércio e eventos.

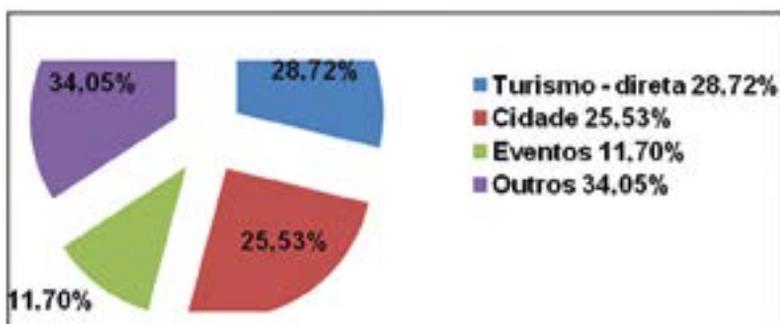


Gráfico 3 – Porcentagem das mensagens veiculadas na Rádio Assembleia FM 96,7 no clipping sobre turismo (2011/2012)

Fonte: Pesquisa documental, 2013.

Tratando do *clipping* das mensagens veiculadas sobre turismo na Rádio Assembleia FM 96,7, foram veiculadas 94 mensagens referentes a tal tema, em 2011 e 2012, onde 27 destas trataram a temática do turismo de forma direta (28,72%). A temática “cidade” é citada 24 vezes ao longo do *clipping*, totalizando 25,53% de todas as mensagens transmitidas sobre turismo na Rádio Assembleia FM 96,7. Dentre as cidades/localidades citadas, tem-se Juazeiro, Aquiraz, Guaramiranga, Caucaia (Cumbuco), Pacatuba, Tauá, Meruoca, Jericoacoara, Campos Sales, Beberibe e Crato. Já a temática “Eventos” foi citada 11 vezes no

clipping, perfazendo um total de 11,70% das mensagens veiculadas sobre turismo. Outros assuntos, como Férias, Praias, Rodoviária, Aeroporto e etc., somam 32 exibições, equivalendo a 34,05%.

Ainda referente ao *clipping* executado nas mensagens veiculadas na Rádio Assembleia nos anos de 2011 e 2012, o deputado Sérgio Aguiar, então presidente na época, legislatura 2011/2012 da CICTS foi aquele que mais dissertou sobre o turismo, totalizando 8 vezes. A medida aritmética de duração dos programas expostos nesse *clipping* foi de 51 minutos, tendo como programa mais curto o exibido no dia 19 de agosto de 2011, ministrado pelo deputado Sérgio Aguiar, com duração de 27 minutos. Já o mais longo ocorreu no dia 04 de março de 2012. Foi ministrado por Magnólia Paiva, tendo a duração de 2 horas e 28 minutos. Ambos os programas acima citados abordam a temática - turismo de forma direta.

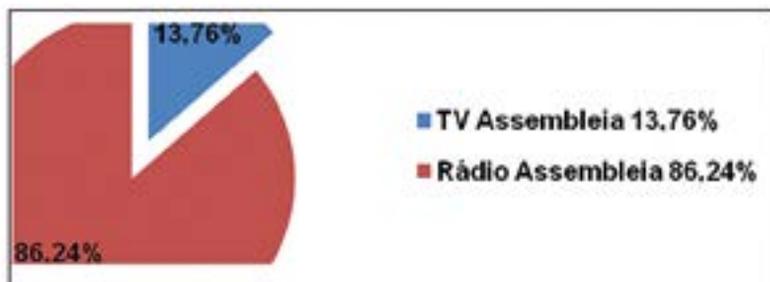


Gráfico 4 – Porcentagem do paralelo da veiculação das mensagens referente ao Turismo pelos dois veículos de comunicação citados, TV e Rádio Assembleia (2011/2012)

Fonte: Pesquisa documental, 2013.

Fazendo um paralelo entre as mensagens veiculadas sobre turismo pela TV Assembleia, Canal 30 e a Rádio Assembleia FM 96,7, verificou-se o quanto tais veículos de comunicação abordam o assunto na programação. Seja de forma direta ou não, a temática turismo foi abordada 15 vezes na TV Assembleia (13,76%), no período de janeiro de 2011 a dezembro de 2012, enquanto apareceu por 94 vezes na Rádio Assembleia (86,24%), no período de janeiro de 2011 a julho de 2012, totalizando 109 exibições.

Os recursos humanos envolvidos nas duas mídias estudadas na pesquisa somaram 148 funcionários, distribuídos entre repórteres, editores, apresentadores e outros. Destes, 92 compunha o núcleo da TV Assembleia, equivalendo a 62,16% de todos os recursos humanos das duas mídias. Já os 56 funcionários da Rádio Assembleia totalizavam 37,84% desses recursos humanos.

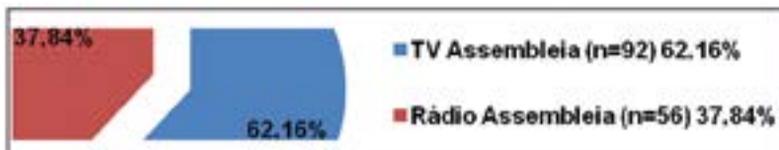


Gráfico 5 – Porcentagem do paralelo dos recursos humanos dos veículos de comunicação citados, TV e Rádio Assembleia (2011/2012)

Fonte: Pesquisa Documental, 2013.

Assim, verifica-se que, apesar de grande número de funcionários compor os núcleos de TV e Rádio da ALCE, fornecendo à tais meios de comunicação a capacidade de veiculação de notícias de diferentes temáticas, a temática turismo pouco foi abordada pela TV e Rádio Assembleia nesses dois anos do estudo.

Conclusões

Foram identificadas, com a análise de *clipping* que tanto a TV quanto a Rádio Assembleia abordaram o tema turismo em suas programações. Porém, consta-se que poucas foram as mensagens sobre o turismo transmitidas pelos dois meios de comunicação estudados, tendo a TV Assembleia transmitido apenas 15 mensagens, enquanto a Rádio Assembleia FM 96,7 transmitiu 94 delas, totalizando 109 exibições sobre o turismo por esses dois meios de comunicação, no período estudado.

Foram veiculadas mensagens de diferentes temáticas pelos dois meios de comunicação da ALCE estudados, tendo como destaque as temáticas bairro e aumento do número de turistas na TV Assembleia, enquanto na Rádio as temáticas cidades e eventos foram as mais exploradas.

As mensagens sobre o turismo foram repassadas à população através de matérias exibidas no programa Jornal Assembleia, da TV Assembleia e por meio do programa Notícias do Ceará, da Rádio Assembleia.

Foi verificado que o então presidente da Comissão de Turismo da época deixou claro que a temática turismo não é sempre matéria principal de transmissão nos veículos de comunicação estudados, justificando que essa não é pauta única, mas enfatizou que esse tema tem o destaque merecido nas matérias veiculadas.

O segundo o responsável pela TV Assembleia relatou que a temática turismo entra na pauta das matérias exibidas pela TV Assembleia ou quando há algum debate sobre o assunto na Comissão de Indústria, Comércio, Turismo e Serviço (CICTS) da ALCE ou quando acontece algo relacionado ao turismo em destaque, como alta estação ou um evento turístico na cidade.

Já o responsável pela Rádio FM Assembleia FM 96,7 expôs que o turismo entra na pauta desse meio de comunicação segundo os assuntos tratados na Assembleia, seja no plenário ou na Comissão, além dos eventos e novidades ligados ao tema em nível nacional, estadual e municipal.

Porém, na prática, como constatado, o tema turismo não tem o merecido destaque nesses meios de comunicação, ficando ainda em segundo plano, estando restrito, em especial, à eventos pontuais.

A média aritmética de tempo de exibição das matérias também resultou num número inexpressivo, principalmente pela TV Assembleia, perfazendo uma média de 2,42 minutos, enquanto na Rádio Assembleia a média aritmética de veiculação das mensagens sobre o turismo foi de 51 minutos. O tempo da rádio foi maior, pois os programas estudados, na maioria, são entrevistas, sendo muitas vezes realizadas pelo telefone, enquanto na TV essa temática foi explorada apenas em matérias pontuais no jornal televisionado.

É notório que o Poder Legislativo Cearense, por ser “Casa” que objetiva resguardar os direitos e deveres dos cidadãos cearenses, está ainda muito aquém de atingir tal propósito, pois um tema tão relevante

como o turismo para a nossa região deveria ser mais explorado, trabalhado e difundido, dando ao povo cearense maior conhecimento e consciência sobre o tema e a oportunidade de aumentar seu emprego e renda, trabalhando com o turismo de forma adequada e responsável.

Foi diagnosticado que a Assembleia não realiza comunicação em turismo “de todos para todos”, ou seja, ainda é comunicação unilateral. Tal instituição também não sensibilizou e informou o telespectador sobre esse assunto, não conferindo uma educação para o turismo, pois suas abordagens retrataram eventos e/ou assuntos pontuais sobre o turismo. Assim, sugere-se que:

- A temática turismo nos meios de comunicação seja mais valorizada, entrando até mesmo como pauta permanente nos meios de comunicação da ALCE, tendo o poder público a oportunidade de promover, divulgar, atuar, planejar e agir sobre a temática turismo, de forma participativa. Assim, a comunicação turística precisa ser mais democrática e participativa, deixando de ser menos multidirecional e unilateral;
- Para estudos futuros, uma análise sobre os conteúdos das mensagens veiculadas sobre turismo pelos meios de comunicação da Assembleia, em outros períodos e em outras mídias como Agência AL, o Jornal Assembleia, a Revista Plenário e o Comitê de Imprensa. Tal análise fornecerá mais clareza de como o telespectador estará sendo mobilizado sobre o tema turismo e se este estará ou não sendo educado ou apenas informado;
- Também uma pesquisa de campo a fim de diagnosticar se as mídias da Assembleia atingem as pessoas de todas as classes e a população que reside mais distante da capital cearense.

Bibliografia Consultada

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som:** um manual prático. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BRASIL. **Ministério do Turismo. Pesquisa anual de conjuntura**

econômica do turismo/EBAPE/Núcleo de Turismo. 8. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2012a. 82 p.

CEARÁ. Secretaria do Turismo. **Programa de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR Ceará**: manual de operações. Disponível em: <<http://www.setur.ce.gov.br/documentos-diversos-pdf/MANUAL%20DE%20OPERACOES-CE.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2012a.

_____. Governo do Estado do Ceará. Secretaria do Turismo. **Ceará: viva esta alegria**. Indicadores turísticos 1995/2011. Fortaleza, 2012b.

CORIOLANO, L. N. M.. **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza: EdUECE, 2003.

FERNANDES, C. A. **Análise do discurso**: reflexões introdutórias. São Carlos: Claraluz, 2008.

FIGUEIREDO, N. M. A. **Método e metodologia na pesquisa científica**. 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Yendis, 2007.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 1999.

PATTON, M. **Qualitative research and evaluation methods**. Londres, Thousand Oaks: Sage Publications, 2002.

RIBEIRO, L. C. S.; ANDRADE, J. R. L.; MOTA, G. P. **Efeitos multiplicadores dos gastos turísticos em Sergipe**: uma análise inter-regional de insumo-produto. Disponível em: <http://www.iioa.org/files/conference3/928_20120430061_Intersectoralimpactsoftourisminvestments.pdf>. Acesso em: 07 out. 2012.

RODRIGUES, W. C. **Metodologia científica**. Paracambi: FAETEC/IST, 2007. Disponível em: <http://www.ebras.bio.br/aoutor/aulas/metodologia_cientifica.pdf>. Acesso em: 07 out. 2012.

TURISMO DE EXPERIÊNCIA NO NORDESTE DO BRASIL: ROTA DAS EMOÇÕES

Daniel Rodriguez de C. Pinheiro⁷⁹

Roberta F. L. Cavalcante⁸⁰

Introdução

Economia da experiência é uma teoria do valor emoção (PINE II; GILMORE, 1998; JENSE, 2001). A economia política clássica e seus herdeiros intelectuais imaginam que o valor é a capacidade de um produto atender necessidade humana, seja do estômago seja da fantasia. (RICARDO, 1974; MARX, 1996). A economia da experiência dá atenção apenas às fantasias, sonhos, sendo oferta de emoções (ARNOLD, 1960). O roteiro turístico Rota das Emoções do qual faz parte a praia de Jericoacoara apresenta atrativos turísticos de Jericoacoara na perspectiva da Economia da Experiência.

O Ministério do Turismo incentivou em maio de 2006, o projeto piloto de Economia da Experiência da Região da Uva e Vinho da Serra Gaúcha, Brasil executado pelo Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares da Região da Uva e Vinho e pequenas e médias empresas de turismo daquela região (BRASIL, 2013). No Brasil, após o piloto na Região da Uva e Vinho, no Rio Grande do Sul, outros quatro destinos passam a oferecer turismo de experiência, em 2010: Belém, no estado do Pará; Bonito, em Mato Grosso do Sul; Costa do Descobrimento, na Bahia, e Petrópolis, região serrana do estado do Rio de Janeiro (BRASI, 2013; TOUR DA EXPERIÊNCIA, 2013). Portanto, o turismo de experiência é além de projeto em execução é estudos de caso (PANOSSO NETTO; GAETA, 2010).

Admitindo que a economia da experiência possa ser oferecida à turista de outros destinos, o problema da pesquisa é examinar: a viabilidade do turismo de experiência na praia de Jericoacoara (Brasil).

79 Doutor em Sociologia na UFC e pós-doutorado na USP, professor associado da Universidade Estadual do Ceará nos mestrados de Negócios Turísticos e Administração. Professor titular da Universidade de Fortaleza na Arquitetura e Jornalismo.

80 Mestra em Administração pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR).

Ainda estamos trabalhando a pesquisa Rota das Emoções, portanto, há muito que investigar sobre a economia da experiência enquanto práxis. Em português moderno a palavra prática, pelo menos para alguns, é o oposto de teoria. Em grego aristotélico, práxis — do grego πράξις, que significa ação — é ao mesmo tempo o conhecimento de causas e do fazer, pois trata do agir humano. A economia da experiência ainda é insipiente enquanto práxis (ABAGNANO, 1982, p. 755).

Emoções e turismo da experiência

Os textos que aparecem em projetos brasileiros de Turismo de Experiência segundo Joseph Pine II e James Gilmore (1998), *The Experience Economy* e Rolf Jensen, *The Dream Society* (1999). Pine II e Gilmore (1998), clássicos da economia que sustentam que valor (na linguagem clássica, *valor de uso*) tem origem na capacidade econômica de produzir coisas para atender a necessidades humanas. As necessidades têm origem nos desejos, para falar como Freud (2010). Os desejos não conhecem limites, por isso, eles se ampliam à medida que são atendidos. No início, a produção atendia as necessidades do estômago. Depois, novas mercadorias são produzidas aproximando a economia de produtos cada vez mais próximos das fantasias. Pine II e Gilmore (1998) mostram que há tantas diferenças entre as ofertas de serviços quanto diferenças entre bens industriais e serviços. “Podemos identificar e descrever esta quarta oferta econômica, porque os consumidores, inquestionavelmente, desejam experiências novas” (1998, p. 97). E mais, as companhias estão respondendo a estas demandas projetando e promovendo experiências.

Mesmo os serviços que por si e em si não têm valor comercial estão sendo comercializados. A progressão de valor econômico ocorre por agregação de valor. Por exemplo: às commodities podem ter valor agregado pela logística, seja um canal de distribuição seja um modal de transporte. O resultado é uma mercadoria entregue no porto do comprador. O mesmo pode ser feito com a manufatura, a grande indústria e a prestação de serviços. Se ao turismo se agregam os palcos de experiências, então, há um novo serviço cujo valor é dado pela intensidade das emoções (cf. Figura 1). As empresas de serviços

customizados, a exemplo das LEC americanas,⁸¹ mostram que o “campo de batalha competitiva reside na realização de experiências” singulares (PINE II; GILMORE, 1998, p. 98).

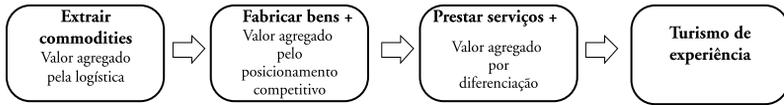


Figura 1 - A progressão do valor econômico.

Fonte: Adaptado de Pine II e Gilmore (1998)

Sendo mais preciso, onde se pode chegar? Pode-se ter oferta econômica com várias possibilidades, pois não é vista mais a partir da grande indústria do século XX, mas do valor agregado pelas ciências empírico- analíticas, a exemplo da Administração e Economia. Pine II e Gilmore (1998, p. 98) sintetizam as marcas da progressão econômica e da diferenciação da oferta dando destaque aos operadores do sistema e à oferta.

Na figura 2 destaca-se a diferença entre uma economia de serviços — que exige alguma customização — e a personalização que a economia da experiência oferece. Os serviços oferecidos pelo turismo de experiências teriam alguns fatores que o distinguiriam. Por exemplo: uma oferta memorável é um predicado que significa digno de memória, que deve ser lembrado. Nesse sentido, o turismo é uma ação memorável; um vendedor é uma pessoa que encanta, faz mágico, ilude; uma venda encantadora é atraente, sedutora⁸², cativante, mágica. Se o fator de demanda são as sensações, o

81 As “LEC” (Leading Edge Companies) oferecem serviços de gestão de ativos, inspeção de serviços, avaliação de serviços, preservação de propriedade, gestão de propriedade e serviços similares.’

82 “A palavra sedução remete [...] à ideia de uma cena sexual em que um sujeito*, geralmente adulto, vale-se de seu poder real ou imaginário para abusar de outro sujeito, reduzido a uma posição passiva: uma criança ou uma mulher, de modo geral. Em essência, a palavra sedução é carregada de todo o peso de um ato baseado na violência moral e física que se acha no cerne da relação entre a vítima e o carrasco, o senhor e o escravo, o dominador e o dominado. Foi exatamente dessa representação

turista busca estímulos do sistema nervoso central pelos sentidos; busca o prazer; busca a surpresa, espanto seguido de certa agitação; vivência significativa que mobiliza afetos e emoções: vive à procura de novas sensações.

Oferta Econômica	Experiências	Commodities	Bens	Serviços
Economia	De Experiência	Agrária	Industrial	De Serviço
Processo Econômico	Organização	Extração	Fabricação	Entrega
Natureza da Oferta	Memorável	Fungível	Tangível	Intangível
Atributo chave	Personalizado	Natural	Padronizado	Customizado
Método de fornecimento	Revelado ao longo de um período	Armazenados a granel	Inventariado após a produção	Entrega sob demanda.
Vendedor	Encenador	Comerciante	Fabricante	Provedor
Comprador	Convidado	Mercado	Usuário	Cliente
Fator de demanda	Sensações	Características	Funcionalidades	Benefícios

Quadro 1 - Distinções econômicas.

Fonte: Adaptado de Pine II e Gilmore (1998)

O projeto de negócios com experiências positivas, do ponto de vista de Pine II e Gilmore (1998, p. 102-104) precisa seguir certos princípios: “harmonizar impressões com sugestões positivas”. A economia da experiência é tematizada. Os temas da experiência produzem impressões indelévels. As impressões são as principais conclusões (“takeaway”) da experiência. Os temas devem criar as

da coerção que Freud partiu”. (ROUDINESCO; PLON, 1998, p. 696).

impressões desejadas. As empresas devem apresentar sugestões que realcem para o hóspede a natureza da experiência. E “cada sugestão deve apoiar o tema, e nenhuma deve ser incompatível com ele”.

“Eliminar sinais negativos”. O supervisor da experiência deve eliminar qualquer coisa que diminua, contradiga ou se desvie do tema. Por exemplo, as lixeiras em lanchonetes estadunidenses geralmente exibem a frase “Thank You”. Essa frase sugere gratidão (experiência positiva). Mas também sugere: “O funcionário da limpeza que havia aqui foi demitido, você fará o serviço dele.” Uma lembrança negativa. Um supervisor sênior de experiência encontrará um modo de eliminar a experiência negativa que alguns clientes têm ao levar a própria bandeja até a lixeira.

“Misture recordações”. Certas mercadorias são compradas para evocar uma memória. Veranistas compram cartões postais para evocar paisagem. Visitantes do Canal do Panamá compram bonés para lembrar a operação das eclusas. Compram-se recordações de uma experiência.

- “Envolver os cinco sentidos”. Os estimulantes sensoriais que acompanham uma experiência devem apoiar e reforçar o seu tema da experiência. Quanto mais sentidos uma experiência engaja, mais eficaz e memorável pode ser⁸³. Onde se indica marcas da Economia de Experiência, por exemplo:
- O Componente emocional assume posição central na oferta econômica, pois atende a uma demanda por sensações;
- A Economia de Experiência incorpora aos produtos as lendas, mitos, histórias das famílias, e do povo de uma localidade.
- As ofertas para contemplar as novas demandas devem

83 “Todas essas ideias inovadoras relacionadas ao conceito de Economia da Experiência apareceram de forma sistematizada em 1999, com a publicação de dois trabalhos revolucionários no campo dos negócios: de um lado, o livro *A sociedade dos sonhos*, do dinamarquês Rolf Jensen, e de outro, o estudo intitulado *Economia da Experiência*, dos americanos James Gilmore e Joseph Pine” (MINISTÉRIO DO TURISMO; SEBRAE, 2010, p. Artigo de Pine II e Gilmore publicado pela Harvard Business Review em 1998.

priorizar a promoção e venda encantadora;

- O ambiente é um palco e o turismo a experiência;
- Acontecimentos exclusivos e memoráveis incluem os saberes locais; a cultura, ambiente, artesanato, gastronomia.

O Projeto Economia da Experiência (E.E), no Brasil consiste em parceria entre o Ministério do Turismo (MTUR) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), sob a gestão do Instituto Marca Brasil (IMB) e SEBRAE, que visa à estruturação e aplicação do conceito da E.E junto a empreendimentos turísticos de micro e pequenos portes, auxiliando os mesmos a inovarem seus atrativos, tendo em vista a emoção e o conhecimento que as experiências com a cultura local podem proporcionar ao turista.

O conceito inovador foi implantado de forma pioneira no Brasil, a partir de 2006, na Região da Uva e Vinho, na Serra Gaúcha, Rio Grande do Sul, sob a execução do SHRBS (Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares da Região da Uva e Vinho). Essa experiência demonstrou as vantagens e os resultados das ações articuladas e o êxito do projeto desenvolvido. O resultado foi uma nova dinâmica de desenvolvimento do turismo, fazendo com que atores locais da cadeia produtiva do turismo, com maior ênfase na produção associada, inovassem e incrementassem sua oferta turística. O conjunto de ações desenvolvidas na região teve como base as teorias defendidas por *Rolf Jensen*, no seu livro *The Dream Society* (JENSEN, 2001) e por *Joseph Pine II* e *James Gilmore*, em *The Experience Economy* (PINE II; GILMORE, 1998). Durante a segunda etapa do projeto, finalizada em julho de 2010, foram desenvolvidos quatro novos destinos nacionais: Costa do Descobrimento (BA), Belém (PA), Bonito (MS) e Petrópolis (RJ), onde foi aplicada a metodologia resultante do Projeto Piloto.

A proposta de turismo de experiência começa a ganhar força nos últimos três anos. A experiência que se oferece ao turista é aquela que impressiona os sentidos, sensibiliza o turista e o leva a participar de cena turística. Numa palavra, o turista é um participante e não um observador (PANOSSO NETTO; GAETA, 2010; MEURER, 2012).

Um interessante exemplo de negócio da economia da experiência é a proposta da agência Vitoria Régia Turismo que executa o projeto “Das crenças, cheiros e sabores”, com o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Ministério do Turismo do Brasil. O objetivo do roteiro é “construir o turismo com a cara, o cheiro, o sabor e a voz da Amazônia” (MEURER, 2012, p. 30).

Em vez de...	Observação	Experimente...	Participação
	Visitar um museu de Arqueologia		Trabalhar no museu durante algum tempo.
	Assistir a festa do “Bumba Meu Boi”.		Aprender a dançar o “Boi”.
	Assistir ao desfile de uma escola de samba no Rio de Janeiro.		Frequentar os ensaios e trabalhar nos barracões da escola.
	Visitar uma tribo indígena na Amazônia.		Viver na tribo durante algum tempo e experimentar os cheiros, os sabores e as vozes da Amazônia.

Quadro 2 - Exemplos de experiências sensoriais do turismo.

Não é apenas a Economia que trata da experiência. Há pesquisa de marketing mostrando que os clientes são movidos por razões emocionais e racionais (SWARBROOKE; HORNER, 2002). Jensen (2002), por exemplo, escreve que se vive na Sociedade do Sonho. Nela, o consumo de produto está associado ao valor emocional. Marcuse (1968), crítico da sociedade capitalista, chama as fantasias de “falsas necessidades”. Ele segue a senda aberta por Marx, para quem a fantasia é fonte de valor. Nos termos dele, “a mercadoria é [...] uma coisa, que pelas propriedades satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie. A natureza dessas necessidades, se elas se originam do estômago

A pesquisa é qualitativa, pois se investiga um objeto subjetivo. O turismo de experiência, ou turismo que oferece emoções e vivências (BUNGUE, 1973). Ele é o objeto da compreensão (GODOI; BALSINI, 2006) e da sua interpretação. Interpretar é explicitar o sentido do fenômeno; é construir os significados (CORETH, 1973). A pré-produção da pesquisa é a etapa em que o investigador vai ao campo para, então, planejar as técnicas de pesquisa. Nessa fase, realizou-se a abordagem pessoal dos gestores dos meios de hospedagem e agências de receptivo de Jericoacoara. Com base nesse contato, escolheram-se aqueles que pertenceriam à amostra. Com o intuito de compreender as ações de captação de clientes operacionalizadas em seus empreendimentos, esta etapa se caracterizou pela realização de entrevistas em profundidade (THOMPSON, 1995) com os gestores comerciais dos empreendimentos hoteleiros e agências de receptivos da amostra escolhida.

O instrumento de coleta de dados e informações utilizados foi entrevista semiestruturada. De acordo com Godoi e Balsini (2006), o estilo aberto da prática permite a obtenção de uma riqueza informativa, proporciona a clarificação de temas e respostas e, na fase inicial de uma pesquisa, é importante, pois gera pontos de vista, enfoques, hipóteses e outras orientações úteis para serem desenvolvidas no decorrer da pesquisa. O procedimento utilizado para a escolha da amostra na fase qualitativa foi o não probabilístico. A amostragem é por acessibilidade ou conveniência. (2002), O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma representar o universo. Todos os meios de hospedagem e agências de receptivos da pesquisa passaram por pré-requisitos básicos para participarem do Projeto Economia da Experiência na Rota das Emoções em Jericoacoara. Foram eles: ser legalizado, ter CADASTUR no Sistema de Cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas que atuam no Setor do Turismo atualizado, ser parceiro da Rota das Emoções, estar incluso no banco de dados e site da Rota das Emoções por meio de preenchimento de formulários padrão para áreas específicas, assinar o termo de adesão e possuir tarifário para o ano corrente.

A amostra compreendeu nove segmentos turísticos, contabilizando vinte e quatro opções de atrativos dentro do *trade*

turístico para a etapa qualitativa e exploratória do estudo situada no município de Jijoca de Jericoacoara, na vila de Jericoacoara. Foram pesquisados empreendimentos com relevância de mercado na região. A coleta de dados foi realizada em reuniões previamente agendadas com os gestores gerais ou gestores comerciais dos meios de hospedagem e agências de receptivos da amostra. Teve duração média de 40 minutos por entrevista e todas foram realizadas nas dependências dos próprios meios de hospedagem e agências de receptivos. Os dados foram gravados digitalmente e transcritos para posterior análise.

Neste estudo, após a transcrição das entrevistas, foi realizada uma fase de análise da narrativa do entrevistado, após o que se criaram fatores e categorias de análise. A próxima etapa foi confrontar tais fatores e categorias com a fundamentação teórica existente, buscando relação e confrontações e chegando-se a uma análise com maior aprofundamento. Para cada etapa da teoria, foram observadas as questões relativas apresentadas nas narrativas. Por último, com base nas narrativas e na identificação de fatores ou categorias de análise decorrentes da narrativa, foi realizado um “resumo analítico” dos principais pontos levantados.

A metodologia da Economia da Experiência no Projeto Rota das Emoções em Jericoacoara consiste resumidamente: na busca de informações sobre outros projetos; no Plano de Inovação: Cruzamento das informações levantadas com as possibilidades de aplicação no empreendimento, elaboração do plano de inovação (Que inovação será feita? Como fazer? Responsável e Prazos) e implantação da inovação; e na comercialização do novo produto e serviço: planejar onde será divulgado e comercializado, para quem e quanto custará.

Rota das Emoções

A Rota das Emoções é um projeto de turismo de experiências no Nordeste brasileiro, que tem três âncoras: a praia de Parque Nacional de Jericoacoara, o delta do rio Parnaíba e o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses. E seis cenários de experiência: ecoturismo e aventura; esporte ao ar livre; praias; artesanato, cultura e eventos; gastronomia e sabores. O SEBRAE trabalha comunidades da Rota das Emoções na

busca de sustentabilidade e competitividade⁸⁵. Para quem começa o passeio desde Fortaleza, no estado do Ceará, até o delta do Rio Parnaíba, o trajeto oferece praias de prática de *windsurfe* e *kitesurf*, com destaque para as seguintes praias do Ceará: Cumbuco, no município de Caucaia, Preá, no município de Cruz, Jericoacoara, no município de Jijoca. E as praias do estado do Piauí: a praia de Barra Grande e praia de Coqueiro.

As experiências com os habitantes das praias devem encantar: o artesanato com fibra de taboa e os restaurantes, botecos, bares, passeios com os pescadores artesanais que vivem em diversas comunidades ao longo dos 295 km de viagem entre o Aeroporto Internacional Pinto Martins (Fortaleza) e a praia de Jericoacoara.

A praia de Jericoacoara — ou “Jeri”, como dizem os moradores, é uma vila de pescadores, entre dunas e serrotes, que virou Área de Proteção Ambiental e se desenvolveu sem perder suas belezas naturais. Jeri reúne a paz que se busca nas pequenas cidades com as facilidades dos grandes centros urbanos: pousadas, grande diversidade da gastronomia, atividade comercial e passeios, por exemplo. Sobre Jeri, escreve John Briley (2010), em *The Washington Post*, “é, de longe, a solução mais turística por quilômetros de distância, e traz um toque raro de estridentes cidades de praia do sul do Brasil para o norte mais suave”.

As experiências paisagísticas são fortalecidas pelo ambiente semiárido em que emergem a Lagoa Azul e Lagoa do Paraíso, as praias e os arenitos esculpidos pelas ondas do mar, ou pelo serrote que aceita a vila. Ao final de cada tarde, acontece uma das experiências mais marcantes: a visão do por do sol na Ponta de Jericoacoara, o ponto mais setentrional do estado do Ceará. A experiência é tão forte que, por várias vezes, vimos as pessoas aplaudirem o ocaso do sol que torna

85 Esse destino recebeu, em julho de 2009, o Troféu Roteiros do Brasil, concedido pelo Ministério do Turismo, durante o 4º Salão do Turismo. Ele foi considerado o melhor Roteiro Turístico Integrado, numa disputa que envolveu mais de 90 destinos espalhados pelo País. Três roteiros em um. Por isso a palavra que dá nome à Rota das Emoções está no plural. Ela remete à tripla emoção de visitar três Áreas de Proteção Ambiental num único roteiro, levando o visitante a ter contato com a cultura de três Estados do Nordeste brasileiro a partir do litoral.

o céu rosicler⁸⁶, boreal. Só em Jeri se aplaude o por do sol. Experiência interessantíssima foi comer torta de banana da dona Angelita, em Jeri na antiga cozinha dela, que era uma edícula da casa em que ela morava. O marido, muito sisudo, raspava coco para fazer a tapioca. Dona Angelita, tagarela, preparou a receita sob o olhar dos visitantes. Depois de comer, uma senhora perguntou qual era a receita. Ela disse. Outra pessoa murmurou: “Está na internet”. E dona Angelita riu. E comentou: “Só dará certo com a banana-d’água”. A banana-d’água, também chamada de banana caturra ou nanica, é uma variedade de banana muito rara. A maior parte das bananeiras daquela subespécie foi dizimada pelo mal-do-Panamá, uma doença causada por fungos que atacam o sistema radicular das bananeiras e o destrói. Conhecer dona Angélica foi uma experiência única. Conversar com ela comendo tapioca com café de madrugada, não tem preço.

Depois de Jeri, conhecemos Camocim, com 62 quilômetros de praias e seis lagoas interlunares. O casario colonial da cidade reserva um encontro com a história do Brasil. Lá comemos a peixada do João Algodão e eu pesquei no rio Acaraú em noite de lua sentado a frente do hotel onde eu estava hospedado. Camocim é vendido como se fosse Jeri. O guia ofereceu um passeio por um vilarejo chamado Tatajuba. Um mergulho no Lago Grande e uma volta pela Ilha do Outro Lado. Em todos esses passeios, o turista estaria em Camocim, mas imaginado que está em Jijoca de Jericoacoara. Jeri é apenas uma das pontas da Rota das Emoções: uma viagem na busca da sabedoria dos moradores das áreas de conservação, do patrimônio natural, de vivências, experiências e usufruindo da essência dos locais visitados. As rotas são propostas do Ministério do Turismo e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Essa região possui seu atrativo turístico principal explícito no próprio: o segmento de sol e praia.

Os produtos listados e que estão sendo trabalhados dentro do conceito da Economia da Experiência, no Projeto Rota das Emoções, na vila de Jericoacoara em estabelecimentos identificados e selecionados.

⁸⁶ Rosicler é uma palavra rara em português, mas está nos dicionários. Muito comum é a palavra Rossicler, pois é um nome próprio. Rosicler é um galicismo. Em francês é *rose clair*.

A descoberta de um novo estilo de bem-estar, com hospedagem diferenciada, indo do rústico ao luxo, com três estabelecimentos identificados e selecionados. As terapias alternativas, com a prática de massagens com atividades que fogem da rotina das grandes cidades, vivenciando experiências e usufruindo de sua essência, com sete estabelecimentos. O passeio de canoa à Pedra Furada e o passeio em Barrinhas com um piquenique tropical, com dois estabelecimentos. A pesca artesanal, em que o turista sai com o pescador para a atividade da pesca, com um estabelecimento. O trabalho com tramas, com vivência no mundo do crochê, na Associação das Crocheteiras Mundo Jeri de Jericoacoara, onde o turista aprende a arte do crochê, com um estabelecimento. A experiência de sabores e o luau em Jericoacoara. Experimentar o pão da madrugada, com um estabelecimento envolvido. A superação de limites no *kitesurfe windsurf*, com seis estabelecimentos. O passeio de barco e caiaque no mangue. O aprendizado de capoeira, com uma oficina de capoeira em Jericoacoara, um aspecto fascinante da cultura brasileira, com um estabelecimento. O conjunto de elementos materiais e imateriais recortados e estruturados pelos empresários como produto turístico consumido por aqueles que têm a possibilidade, de acordo com os pré-requisitos do turismo, pois “a lógica do capital encontra nos elementos do valor turístico um espaço para a sua reprodução” (LEMOS, 2005, p. 212).

Considerações finais

O objetivo descrever os atrativos turísticos da praia de Jericoacoara na perspectiva da Economia da Experiência dá certo sentido, descrever algumas atrações turísticas dessa praia que faz parte da Rota das Emoções como efetivamente proposta segundo a ideia de que o turismo pode proporcionar sensações e experiências singulares, únicas. Esse turismo não é apenas contemplado. É vivido. E se paga por isso, o que, do ponto de vista da pesquisa, é uma limitação. Algumas experiências envolvem riscos razoáveis de acidente, são feitas de descarga de epinefrina. Outras são mais fleumáticas, como a subida da duna do Por do Sol. Nesse caso, a liberação de dopamina é a recompensa do turista.

O turismo de experiência na praia de Jericoacoara tem vivências

para pessoas mais contemplativas e / ou preguiçosas — produzem muita dopamina —, e vivências para aqueles que precisam fazer mais esforço ou correr mais risco para ter a recompensa necessária à sensação de prazer. Noutras palavras, o turismo de experiência em Jeri é o turismo de recompensas. O mais difícil para o entendimento do projeto Rota das Emoções é fazer que cada operador, principalmente os grandes operadores (“big players”) incorporem aos negócios e às ofertas a fantasia como valor de uso. Essa é uma dificuldade teórica e prática.

A noção de que as pessoas desejam viver fantasias radicais ou situações simples, prosaicas, quase como se estivessem num lar que só existe na imaginação é algo muito novo como proposta de negócio. Mas como forma do valor dos produtos é uma tese do século XIX. Por isso, não é fácil operar um projeto como a Rota das Emoções. Um plano de marketing para a Rota das Emoções pode ser uma alavanca. Mas talvez não seja suficiente, pois as empresas envolvidas precisam ser organizadas como um arranjo produtivo com direção e projeto.

Bibliografia Consultada

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

ARNOLD, M. **Emotion and Personality**: psychological aspect, v. I. New York: Columbia University Press, 1960.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2002.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Economia da experiência**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/economia_experiencia.html>. Acesso em: 14 set. 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo**: roteiros do Brasil: formação de redes. Brasília, DF, 2007.

BRILEY, John. Na costa Nordeste do Brasil, um oásis acena. **The Washington Post**, 8 out. 2010. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com>>. Acesso em: 17 dez. 2013.

- BUNGUE, M. **La investigación científica**: su estrategia y su filosofía. Barcelona: Ariel, 1973.
- CORETH, E. **Questões fundamentais de hermenêutica**. Rio de Janeiro: Cultrix, 1973.
- EUROPEAN CENTER FOR THE EXPERIENCE ECONOMY. **Experience economy**. Disponível em: <<http://www.experience-economy.com/page/view/3/inde>>. Acesso: 14 set. 2013.
- FREUD, S. **O mal-estar na civilização**: novas conferências introdutórias à psicanálise e outros textos: 1930-1936. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- GILMORE, J.; PINE II, J. **Autenticidade**: tudo o que os consumidores realmente querem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- GODOI, C. K; BALSINI, C. P.V. A pesquisa qualitativa nos estudos organizacionais brasileiros: uma análise bibliométrica. In: SILVA, A. et al (Org.) **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 89-114.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Tipologia dos municípios turísticos**. Disponível em: http://atlasescolar.ibge.gov.br/images/atlas/mapas_brasil/brasil_turismo.pdf. Acesso em: 25 nov. 2013.
- INSTITUTO MARCA BRASIL. **Projeto economia da experiência**. Disponível em <www.marcabrasil.org.br>. Acesso em: 30 ago. 2011.
- JENSEN, R. **The dream society**: how the coming shift from information to imagination will transform your business. Atenas: McGraw-Hill Education – Europe, 2001.
- LEMOS, L. **O valor turístico na economia da sustentabilidade**. São Paulo: Aleph, 2005.
- MARCUSE, H. **A ideologia da sociedade industrial**. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.
- MARX, K. **O capital**: crítica da economia política: processo de produção do capital. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

MEURER, A. P. Imersão amazônica: turismo de experiência exige a união de conhecimentos de todos os integrantes do trade, dos empreendimentos visitados às agências. **Rev. Empreendedor**, Florianópolis, v. 19, n. 217, p. 30-31, nov. 2012.

MOLINA, S. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

PANOSSO NETTO, A.; GAETA, C. (Org.). **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010.

PINE II, B. J.; GILMORE, J. H. **O espetáculo dos negócios**: desperte emoções que seduzam os clientes, sensações intensas determinam o valor de produtos e serviços. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

PINE II, B. J.; GILMORE, J. H. Well come to the experience economy. **Harvard Business Review**, p. 97-105, July/Aug. 1998. Disponível em: <<http://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>>. Acesso: 15 set. 2013.

RICARDO, D. **Investigação sobre a natureza e as causas da riqueza das nações / Princípios de economia política e tributação**. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

ROUDINESCO, E.; PLON, M. Dicionário de psicanálise. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

SWARBROOKE, J.; HORNER, S. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

VIEIRA, M. M. F. Por uma boa pesquisa (qualitativa) em administração. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p. 13-28.

O POLO COSTA DAS DUNAS NO RIO GRANDE DO NORTE E POLÍTICAS PÚBLICAS

Jurema Márcia Dantas da Silva⁸⁷

Luzia Neide Coriolano⁸⁸

Introdução

Políticas públicas de turismo são instrumentos de intervenção do Estado para permitir a implantação dos serviços da cadeia produtiva e no RIO Grande do Norte isso acontece desde a década de 1980. Os planos e programas desenvolvidos pelas agências governamentais em parceria com as instituições financeiras representam a materialização da política projetada para o desenvolvimento do turismo no país, não obstante a incidência de dificuldades para alcançar as metas estabelecidas nos planejamentos. Uma das políticas que tem destaque no Nordeste é o Programa de Desenvolvimento Turístico do Nordeste – PRODETUR/NE, política de atuação regional que foi implantado em todos os estados do Nordeste do Brasil e que foi precedida por outro Programa denominado Programa de Municipalização do Turismo ou PMT. Os dois programas Nacionais.

No Rio Grande do Norte, o PRODETUR/RN adotou alguns municípios do estado, em especial os litorâneos de infraestrutura e de capacidade técnica para a gestão da atividade. Nesse sentido, o texto apresenta análise sobre o impacto das políticas nos municípios integrante do Polo Costa das Dunas. Trata-se de um polo criado com a intenção de delimitar a área de atuação do PRODETUR, que, abrange dezoito municípios: Arês, Baía Formosa, Canguaretama, Ceará Mirim,

87 Mestre do Programa de Pós-Graduação em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade do Estado do Ceará-UECE. Especialista em Planejamento e Gestão de empresas Turísticas. Graduada em Arquitetura e Urbanismo. Professora da Universidade Potiguar. jurema@gmail.com

88 Doutora em Geografia. Professora do Programa de Pós-Graduação em Geografia e do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos, Sub Coordenadora do Mestrado em turismo da Universidade Estadual do Ceara (UECE), pesquisadora do CNPq. E mail: luzianeidecoriolano@gmail.com.

Extremoz, Macaíba, Maxaranguape, Natal, Nísia Floresta, Parnamirim, Pedra Grande, Rio do Fogo, São Gonçalo do Amarante, São José de Mipibu, São Miguel do Gostoso, Senador Georgino, Avelino, Tibau do Sul e Touros.

Nos procedimentos metodológicos destaca-se a revisão bibliográfica e pesquisa documental, assim como a pesquisa de campo para apreensão da realidade socioeconômico e turística dos municípios do Polo Costa das Dunas, além do levantamento de dados estatísticos do Polo. Objetivou-se identificar os impactos provocados pelo programa no estado do Rio Grande do Norte. A reflexão considerou em especial os benefícios que o turismo ocasiona aos núcleos receptores e aos turistas, sem esquecer os problemas que também tem ocasionado. Buscou-se entender como a população residente participa do processo e quais são os rebatimentos no território e no desenvolvimento dos núcleos receptores de turismo, considerando que a participação no processo de planejamento é fundamental para o sucesso do turismo em um lugar.

A partir da leitura de autores que teorizam políticas públicas do turismo como Coriolano (2006), Saraiva (2006), Fonseca (2005), Ruschmann (1997), Dye (2005) e da análise documental do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS que aponta as áreas e componentes de investimentos realizados pelo PRODETUR, do Relatório Retratos de uma caminhada: de 8 anos do Programa de Municipalização do Turismo. A análise desses programas de políticas públicas permite avaliar os impactos no turismo, a partir de uma reflexão sobre a realidade socioeconômica dos municípios que integram a área do Polo Costa das Dunas.

As políticas de turismo no Polo Costa das Dunas

A implantação da atividade turística no Nordeste foi idealizada na década de 1980, do século passado, pelo governo federal na gestão Collor de Melo que faz parceria com os governos dos estados do Nordeste para direcionar a região economicamente estagnada em rumo ao desenvolvimento, via turismo. Entretanto, para captar o mercado turístico, seria necessário dotar a região de infraestrutura básica e de

estrutura turística. Carência de serviços urbanos: segurança pública, transporte, saúde, saneamento, sistema de comunicação precisavam sugerir que esses serviços fossem prioridade a fim de atender tornar os estados do Nordeste capazes de receber demandas consumidoras de produtos turísticos em especial do segmento sol e praia. Detentor de um rico patrimônio natural e cultural, o Nordeste apresentava potencial que para ser transformado em destino turístico, necessitando implantar infraestruturas para promover e comercialização os destinos turísticos, a partir da atração de investimentos.

A precariedade dos serviços, de infraestrutura básica e turística, o consumo predatório dos recursos naturais turísticos e a má gestão do espaço, não atendiam, e não atendem ainda, de modo satisfatório, às condições necessárias para a inserção do Nordeste brasileiro no mercado turístico global, de modo competitivo (FONSECA, 2005, p. 97).

Assim o governo federal, em parceria com os estados do Nordeste, implementa os Programas de Turismo no Nordeste, e os governos estaduais empenham-se em, suprir a deficiência de infraestrutura que impede a implantação do turismo regional. Entre as políticas públicas de maior impacto para a atividade destacam-se: a Política de Megaprojetos Turísticos com a implantação da rede hoteleira⁸⁹, o Programa Nacional de Municipalização do Turismo descentraliza a política nacional e o PRODETUR/NE implanta infraestrutura básica, melhoria do sistema institucional dos estados e municípios e impulsiona a atividade turística. Essas políticas públicas são parte do processo de planejamento dos governos nos três níveis de gestão e dizem respeito ao conjunto de ideias e propostas que os gestores públicos projetam em relação aos serviços e as ações do estado.

Nas políticas públicas estão embutidas o posicionamento político em relação à ação do estado, e diz Dye (2005), é tudo aquilo que o

⁸⁹ O resultado desta política no Rio Grande do Norte, o Projeto Parque das Dunas/Via Costeira, responsável pela criação de uma estrutura hoteleira de porte internacional, em Natal, capital do Estado.

governo pensa e faz. Assim política pública é um programa de ação de governos, sendo dessa forma um processo de mediação social. Para Saraiva (2006, p. 28) as políticas públicas são “um fluxo de decisões público orientado a manter o equilíbrio social ou a introduzir desequilíbrios destinados a modificar a realidade”. Esse autor defende que as decisões são fruto do desejo dos diversos atores que participam do processo decisório das definições das políticas públicas. Nessa perspectiva, fica claro o entendimento são responsáveis pela implantação e fiscalização das ações políticas. Há que se identificar o nível de consciência dos agentes no processo de participação das decisões na implantação das políticas. A ausência da mobilização de determinados grupos sociais no planejamento e na gestão das políticas contribui para favorecer os interesses dos grupos que detém maior poder de articulação.

Existe necessidade de democratizar a participação de todos os agentes intervenientes na formulação das políticas públicas, a fim de que possa ser legítima, justa a proposta. No que diz respeito às políticas públicas no Brasil, há esforços no sentido de torná-las mais eficientes e eficazes. Além de ser relevante a descentralização adotada nas políticas governamentais nos segmentos como educação, saúde, transporte, assistência social e turismo. No que se refere ao turismo, Cruz (2002) mostra o papel da política pública na produção do espaço para o turismo. Políticas públicas são ações que se encontram consubstanciadas em programas, projetos, planos.

Pode-se destacar como marco inicial da formulação das políticas públicas de turismo o Decreto-Lei no 55 de 18 de novembro de 1966, que definiu a Política Nacional de Turismo e criou o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo – EMBRATUR. Instrumento jurídico que no Art. I define o direcionamento dessa política:

Compreende-se como política nacional de turismo a atividade decorrente de todas as iniciativas ligadas à indústria do turismo, sejam originárias do setor privado ou público, isoladas ou coordenadas entre si, desde que reconhecido seu interesse para o desenvolvimento econômico do país.

Nesse momento a atividade turística é reconhecida com capacidade de melhorar a qualidade de vida das pessoas, atenuar os desníveis regionais. O turismo é uma atividade essencialmente econômica, mas um fenômeno social, econômico e cultural que promove a interação entre as pessoas a partir do deslocamento com oportunidades de utilização de todos os serviços da cadeia produtiva. O turismo uma atividade promotora da interação entre pessoas por meio do deslocamento, e exige o estabelecimento de inter-relações sociais, culturais e ambientais. Essa concepção expressa a ideia de que o turismo é uma prática social de base cultural e ambiental e deveria ser enfatizada na formulação das políticas públicas.

Ações do Programa Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT no polo Costa das Dunas

O Programa de Municipalização do Turismo representa um marco nas políticas públicas de turismo do Brasil, foi o primeiro trabalho de descentralização da gestão da atividade turística sendo os líderes dos municípios os atores do processo. Criado a partir da Organização Mundial de Turismo – OMT, com publicação do Manual de Desenvolvimento Local Sustentável, documento base para a formulação da política. O programa foi incorporado pelo Plano Avanço Brasil (2000-2003) do presidente Fernando Henrique Cardoso – FHC, e identificou que entre as principais queixas dos turistas estrangeiros que visitam o Brasil estavam as questões relacionadas à segurança pública (24%) e à limpeza urbana (19%), problemas básicos, sentidos, sobretudo pelos brasileiros. A resolução desses problemas não é necessidade apenas do turista, mas primeiramente as populações locais.

Assim o governo FHC estabelece metas ambiciosas para os primeiros quatro anos do PNMT, quais sejam: aumentar o fluxo turístico estrangeiro em 35%, passando dos 4,8 milhões em 1998 para 6,5 milhões em 2003; aumentar o crescimento da receita cambial de US\$ 3,6 bilhões para US\$5,5 bilhões; ampliar em 50% o fluxo turístico doméstico de 38,2 para 57 milhões de pessoas; e, propiciar a criação de 500 mil novos empregos. E que essas metas deveriam ser alcançadas, por meio da descentralização das políticas, enquanto estratégia de governo, essa era a concepção do PNMT, conforme consta do documento da

EMBRATUR.

Havia a necessidade de descentralizar a gestão do turismo, tanto do ponto de vista lógico como operacional. Como orientar os municípios nesta direção? Era preciso que os problemas fossem resolvidos na própria localidade, por pessoas que vivenciassem, na prática, as dificuldades do lugar. (EMBRATUR, 2002, p. 47).

Nessa visão o PNMT estabelece como proposta o desenvolvimento do município, assim o Programa tinha como objetivo conscientizar os residentes das cidades sobre a importância socioeconômica do turismo e mostrar as vantagens para os 1.680 municípios brasileiros com vocação turística. A deliberação normativa 417/2000, da EMBRATUR, com base no Roteiro de Informações Turísticas – RINTUR identifica 1.529 municípios prioritários para o desenvolvimento do turismo no Brasil. No Rio Grande do Norte são identificadas 43 Municípios Turísticos e municípios com potencial turístico, municípios esses integrantes do Polo Costa das Dunas.

O Programa adotava cinco princípios básicos que nortearam as estratégias de planejamento e gestão da atividade turística: descentralização, sustentabilidade, parcerias, mobilização e capacitação. Assim estabelece parcerias com instituições governamentais e não governamentais, trabalha o enfoque participativo da sociedade, forma multiplicadores, trabalha o planejamento de forma sistemática e inclui as instituições acadêmicas como agentes do processo.

Após oito anos de funcionamento os números do PNMT são expressivos, promoveu 1.107 oficinas em todos os estados brasileiros, capacitando cerca de 28.000 agentes locais, com a participação de aproximadamente 1,5 milhão de voluntários. (EMBRATUR 2002, p.128)

Para os envolvidos não resta dúvidas a validade do PNMT. Tornou-se uma política pública de grande abrangência e receptividade, e principalmente de grande responsabilidade, os municípios se envolviam

com compromisso. O turismo, além de ser uma atividade de lazer, torna-se alternativa de desenvolvimento socioeconômico para municípios brasileiros. O compromisso do monitor, o envolvimento das lideranças políticas, a força da iniciativa privada local, a participação e o empenho da comunidade são os componentes que norteiam o avanço efetivo da atividade turística no município. Essas observações se aplicam aos municípios do Rio Grande do Norte, pelo fato de ter alavancado da atividade no estado. A existência de municípios que entendem o valor da atividade turística se deve ao PNMT, que desenvolveu um trabalho de mobilização e conscientização nas localidades que apresentavam potencialidades. Porém, a descontinuidade administrativa e a ausência de quadros técnicos profissionais, concorreram para que não conseguissem manter o nível de conhecimento e envolvimento dos municípios no processo de desenvolvimento e planejamento da atividade turística. A descontinuidade administrativa e a falta de capacitação técnica impede o sucesso das políticas públicas e dificultam a execução do PRODETUR, como é analisado no item seguinte.

Interferências do PRODETUR no polo Costa das Dunas

Instrumento de alcance regional o PRODETUR foi criado antes da Política Nacional de Turismo em novembro de 1991 em parceria entre a Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste – SUDENE e o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR, com o objetivo de “fortalecer a atividade turística no Nordeste e em toda a área abrangida pela SUDENE, mais precisamente, consolidar a região como importante destino turístico nacional e internacional” (FONSECA, 2005, p. 99). Tinha objetivos estabelecidos: “aumentar o turismo receptivo; aumentar a permanência do turista no Nordeste; induzir novos investimentos na infraestrutura turística; gerar emprego e renda com a exploração direta ou indireta da atividade turística” (EMBRATUR; SUDENE, 1993). O Programa do governo federal é implantado nos estados nordestinos com financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID repassado pelo Banco do Nordeste, o executor financeiro.

No Rio Grande do Norte a atuação do PRODETUR contribuiu para que o turismo assumia posição de destaque enquanto atividade

socioeconômica, por ter atraído divisas, aumento de renda e geração de empregos. Como o estado é dotado em grande potencial turístico natural e cultural, o governo tem investido na atividade a fim de dinamizar a economia com expansão da cadeia produtiva, tendo como principal instrumento a articulação e fomento, nas áreas prioritárias para o desenvolvimento do turismo – a Metrópole e o litoral. Estas áreas têm recebido atenção tanto do setor público, quanto do setor privado, infraestrutura e construção de empreendimentos turísticos voltados para todos os serviços de hospedagens, alimentos e bebidas, e, ainda, da ampliação de serviços ligados a agenciamento, locação de veículos, transporte.

O PRODETUR/ RN e o PDITS no Polo Costa das Dunas foram os principais incentivadores do turismo nas praias norte-riograndense. A área prioritária foram os municípios de Ceará Mirim, Extremoz, Natal, Nísia Floresta, Parnamirim, Tibau do Sul, Arês, São Gonçalo do Amarante e Senador Georgino Avelino. Já a região do Polo Costa das Dunas abrange, além dos municípios citados, Baía Formosa, Canguaretama, Maxaranguape, Rio do Fogo, Pedra Grande, São Miguel do Gostoso e Touros e, recentemente, Macaíba e São José de Mipibu. Vale ressaltar que esses últimos municípios não estão na área de planejamento do PRODETUR, porém, são beneficiados com ações ligadas ao fortalecimento institucional, Planos Diretores e bases cartográficas.

A ação do PRODETUR expressa necessidade de contribuir com a melhoria da qualidade de vida da população residente nas áreas de atuação⁹⁰. O Programa objetiva, especificamente, o aumento das receitas provenientes das atividades turísticas e a capacitação gerencial para estados e municípios (BANCO DO NORDESTE, 2001). A participação do Banco do Nordeste nessa parceria foi estimular a cadeia produtiva do turismo, por ser esta uma das atividades que mais gera emprego e renda no Nordeste e, ao mesmo tempo, contribuir com o desenvolvimento da região que possui vocação natural, devido à riqueza dos atributos físicos, biológicos e socioculturais.

⁹⁰ A área de atuação do PRODETUR/NE abrange todos os estados da região Nordeste mais os estados e Minas Gerais e Espírito Santo, situados na região Sudeste do país.

Implantado em duas etapas, o PRODETUR/NE I e o II, revela a disposição dos governos federal e estaduais de estimular o desenvolvimento turístico no Nordeste. A primeira etapa promove o desenvolvimento do Turismo da Região Nordeste, a partir da infraestrutura de apoio ao Turismo, priorizando ações que mantenham e expandam a atividade turística, bem como estimulando a participação da iniciativa privada, com a consequente geração de ocupação produtiva e renda. A segunda fase dá continuidade às ações e aos projetos desenvolvidos na fase anterior, de forma a proporcionar a melhoria da qualidade de vida da população fixa das áreas beneficiadas, viabilizando seu acesso aos serviços urbanos e aos postos de trabalho, possibilitando a melhoria das condições ambientais e garantindo segurança aos investidores nos municípios que fazem parte da área do Polo Costa das Dunas. Sendo assim, pode-se afirmar que o Polo Costa das Dunas, no Rio Grande do Norte é uma realidade, cuja área de abrangência é formada por 18 municípios da faixa litorânea, que são contemplados com as ações do PRODETUR.

Essas ações direcionam para qualificar a infraestrutura; preservar o meio ambiente urbano e rural; conscientizar a população; viabilizar o Estado como destino competitivo no mercado turístico; incrementar a atividade turística, ampliando a participação do turismo no PIB do RN. Além de ampliar a entrada de divisas por meio do maior fluxo de turistas estrangeiros, melhorando o desempenho da conta turismo, no Balanço de Pagamentos; diversificar a demanda turística para o Estado; aumentar o tempo médio de permanência dos turistas; de gasto médio diário dos turistas; minimizar a sazonalidade durante todo o ano; capacitar à mão de obra do setor, melhorando a qualidade dos serviços oferecidos; incentivar a exploração dos recursos naturais do litoral, das lagoas e região metropolitana de Natal de forma sustentável.

O PRODETUR/NE e o PDITS – Polo Costa das Dunas – fazem parte de uma política institucional que vislumbra o desenvolvimento da região Nordeste e, particularmente, do Rio Grande do Norte com o crescimento e fortalecimento da atividade turística, tendo como foco entre outras linhas de ação o comprometimento com a melhoria das condições ambientais e culturais, nas áreas onde estes programas atuam. Os investimentos realizados em benefício do crescimento do

turismo têm feito com que essa atividade apresente uma tendência de contribuir com o desenvolvimento econômico do Estado e das localidades que apresentam vocação turística, conforme demonstram os dados estatísticos sobre o comportamento do fluxo turístico e a receita arrecadada em função dessa demanda.

O turismo é uma atividade que tem capacidade de gerar empregos e impactos em diversas outras atividades do setor produtivo. O Governo do Estado do Rio Grande do Norte fomenta o desenvolvimento turístico dos municípios com base na sustentabilidade econômica, social, ambiental, cultural e política, dando ênfase na conscientização e sensibilização da sociedade para a importância do turismo como instrumento de crescimento econômico, de geração de emprego, de melhoria de qualidade de vida da população e de preservação do seu patrimônio natural e cultural. A avaliação do PRODETUR detectou que não foram realizadas ações de capacitação no setor turístico, ficando uma gama de serviços oferecidos sem o padrão de qualidade exigido pelo mercado. Assim, a estratégia do PRODETUR II passou a incluir o tema capacitação como componente prioritário, a fim de elevar a qualidade na prestação dos serviços oferecidos e, conseqüentemente, a competitividade do produto turístico.

A Tabela 1 apresenta o fluxo turístico no Rio Grande do Norte no período de 2002 a 2011. Esse fluxo significa a entrada de visitantes no estado, tanto de turistas brasileiros provenientes de outros estados (nacional) quanto de turistas estrangeiros.

Turistas	2002	2004	2006	2008	2010	2011
Nacional	1.276.769	1.501.071	1.887.718	1.971.502	2.146.466	2.427.281
Internacional	147.117	282.270	299.162	229.979	181.020	168.741
TOTAL	1.423.886	1.783.341	2.186.880	2.201.481	2.327.486	2.596.022

Tabela 1 - Fluxo turístico do Rio Grande do Norte

Fonte: Governo do Estado do Rio Grande do Norte. Secretaria de Estado de Turismo (SETUR), 2002-2011.

Os dados apontam tendência de crescimento do fluxo turístico no Estado no segmento nacional, isso se deve a intervenção do governo

do Estado por meio de políticas voltadas para o desenvolvimento da atividade e implantadas com parcerias de apoio institucional com entidades como o BID e Banco do Nordeste. No que se refere ao turismo internacional, observa-se um decréscimo, a partir de 2008, ocasionado pela crise na Europa, principalmente nos maiores emissores de turistas para o Rio Grande do Norte, Portugal e Espanha, e agora com a crise econômica brasileira. Em termos de receita para o Estado (Tabela 2) demonstra que durante o período de 2002 a 2011 a arrecadação proveniente do turismo, acompanha a ascensão do fluxo turístico, apontando um crescimento econômico em decorrência do aumento de turista no Estado principalmente em relação ao turista nacional.

Turistas	2002	2006	2008	2010	2011
TOTAL	216.132	578.744.536	819.076.086	1.152.272.727	1.301.676.646

Tabela 2 – Receita arrecadada sobre o turismo (US\$ 1.000)

Fonte: Governo do Estado do Rio Grande do Norte. Secretaria de Estado de Turismo (SETUR), 2002-2011.

O estudo de demanda turística realizada pela empresa de consultoria Start Pesquisa constatou que apesar de haver voos *charters* internacionais, “a base de sustentação do turismo do Estado é o nacional (78,6%), com expressividade para os fluxos oriundos da região sudeste (40,7%), seguido da região nordeste (36,5%)” (START, 2005, p. 20). Tendo em vista que a porta de entrada do turista no Rio Grande do Norte é a cidade de Natal, observa-se que o fluxo turístico se concentra na capital e nas localidades litorâneas que fazem parte da área do Polo Costa das Dunas. Isso se justifica devido Natal ser o núcleo concentrador da economia e das atividades de serviços no âmbito do Polo e, ainda, face ao fator motivacional de viagem desses turistas serem os atrativos naturais, em sua grande maioria, ou seja, para 89,5% dos visitantes (START, 2005).

O estudo de demanda turística realizada por essa empresa mostra ainda quais os motivos que influenciaram na escolha de Natal como destino turístico: possibilidades de lazer (passeios) e informações positivas de parentes e amigos sobre Natal, além do conhecimento da cidade. Para fazer frente às demandas dos turistas os lugares do Polo

Costa das Dunas tem apresentado uma quantidade de equipamentos turísticos nas áreas de alimentação, alojamento, atividades artísticas, criativas e de espetáculos, atividades esportivas, de recreação e lazer, e, ainda, atividades ligadas ao patrimônio cultural e ambiental, conforme revela o levantamento feito pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE no ano de 2009 (Tabela 3).

Municípios	Ano: 2009				
	Alimentação	Alojamento	Atividades artísticas, criativas e de espetáculos	Atividades esportivas de recreação e de lazer	Atividades ligadas ao patrimônio cultural e ambiental
Arez	65	0	0	0	01
Baía Formosa	77	11	0	0	01
Canguaretama	51	12	0	01	01
Ceará-Mirim	134	02	01	02	0
Extremoz	113	16	02	02	0
Macaíba	154	05	0	02	01
Maxaranguape	40	08	01	03	0
Natal	3.330	244	58	173	09
Nísia Floresta	80	16	01	03	01
Parnamirim	626	22	08	26	0
Pedra Grande	17	01	01	0	0
Rio do Fogo	14	0	0	01	0
São Gonçalo do Amarante	124	02	02	02	0
São José de Mipibú	67	0	03	01	0
São Miguel do Gostoso	31	11	0	0	01
Senador Georgino Avelino	20	88	0	02	01
Tibau do Sul	109	0	0	01	0
Touros	59	07	0	0	0
Total	5.111	445	77	219	16

Tabela 3: Empreendimentos por município no Polo Costa das Dunas

Fonte: SEBRAE. Cadastro Geral, 2010.

Esses dados demonstram maior concentração dos

empreendimentos no município de Natal, considerado núcleo polarizador do espaço turístico no Rio Grande do Norte. Essa realidade demonstra, portanto, que a área do Polo Costa das Dunas está consolidada enquanto um espaço da atividade turística devido à existência de um patrimônio ambiental e cultural com uma diversidade de feições abióticas, bióticas e antrópicas. Sánchez (1991) ao analisar o espaço turístico litorâneo, afirma que este assume uma dupla função, tanto como fator e como meio de produção. Como fator de produção este espaço se constitui na medida em que esta atividade se utiliza de seus atributos físicos ou de aspectos socioculturais. Assim, no que concerne ao turismo é uma atividade consumidora de recursos naturais e culturais, o que pode provocar grandes impactos nas áreas onde se instala como bem coloca Ruschmann (1997, p. 9):

O turismo contemporâneo é um grande consumidor da natureza e sua evolução, nas últimas décadas, ocorreu como consequência da 'busca do verde' e da 'fuga' dos tumultos dos grandes conglomerados urbanos pelas pessoas que tentam recuperar o equilíbrio psicofísico em contato com os ambientes naturais durante seu tempo de lazer.

Ocorre um afluxo de pessoas para áreas que apresentam ambientes naturais ainda pouco explorados com ecossistemas frágeis, o que poderá ocasionar uma descaracterização ambiental e cultural da localidade receptora, sem falar nos problemas sociais para as populações autóctones. Para que o turismo se desenvolva é preciso que se crie uma infraestrutura de equipamentos e serviços para atender as necessidades dos turistas, desde meios de hospedagens até os serviços de lazer e entretenimento, o que gera grandes transformações. Assim, para que os impactos negativos sejam minimizados é preciso que o Estado, iniciativa privada e sociedade civil, adotem um planejamento turístico e ambiental que possa contribuir para a sustentabilidade econômica, sociocultural e ecológica das áreas exploradas.

A finalidade do planejamento turístico consiste em ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada evitando, dessa forma, os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem sua atratividade (RUSCHMANN, 1997, p. 9).

Para tanto, o turismo precisa incorporar o paradigma do desenvolvimento sustentável, entendido como “um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas” (Relatório Nosso Futuro Comum, 1987 *apud* DIAS, 2003, p. 15). Para que o turismo possa contribuir para o desenvolvimento sustentável faz-se necessário um planejamento turístico em que considere as inter-relações existentes entre o espaço geográfico, a oferta turística, a demanda e os operadores do turismo, conforme observa Dias (2003). Assim, o Estado, a iniciativa privada e a sociedade civil têm um papel fundamental no sentido de fortalecer as relações existentes entre o mercado turístico e as condições sociais, culturais e ambientais.

Entretanto, apesar de todos os esforços realizados no sentido de dotar uma infraestrutura para o desenvolvimento do turismo na área do Polo Costa das Dunas, são observadas algumas dificuldades que desafiam o processo. As dificuldades são reveladas pelo perfil socioeconômico e cultural desses municípios que apresentam taxas de desenvolvimento humano e de alfabetização inferior ao capital do estado.

A Realidade Socioeconômica dos Municípios do Polo Costa das Dunas

O Polo Costa das Dunas apresenta crescimento da atividade turística, mas retrata também deficiências, seja pela falta de conscientização da população fixa e de capacitação profissional dos empregadores e empregados, seja pela ausência de uma estrutura mais dinâmica de *marketing* para a região, ou ainda, pela falta de capacidade de gestão dos municípios integrantes. Constituído por dezoito municípios localizados no Litoral Oriental e Norte do estado do Rio Grande do Norte, incluindo a capital Natal, esse Polo englobava uma população total de 1.180.038 habitantes em 2000, de acordo com Censo Demográfico realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. No ano de 2010, o Polo Costa das Dunas apresentou crescimento populacional de 147.287 habitantes, passando, portanto, para um total de 1.327.325 residentes, cuja parcela considerável vive

em uma extensão litorânea de aproximadamente 200 km (Tabela 4).

Os municípios do Polo Costa das Dunas apresentam quadro socioeconômico preocupante. O percentual relativo à pobreza, dados de 2000, em algumas unidades municipais ultrapassa os 70% da população, como é o caso de Canguaretama, Pedra Grande, Rio do Fogo, São Miguel do Gostoso e Touros. Com relação aos índices de indigência superior a 50% da população merece destaque Arês e São Miguel de Gostoso. Nesse cenário o município de Maxaranguape apresenta situação relativa dentro do Polo, o percentual de indigência, dados de 2000, é de 44% da população, mas o percentual de pobreza é muito alto 69%. O quadro é preocupante principalmente quando se sabe que Maxaranguape conta com alguns atrativos turísticos significativos para o estado do Rio Grande do Norte, como o Parque Aquático Manoá e os Passeios dos Parrachos de Maracajá.

Municípios	(População Total)		% Indigentes	% de Pobreza
	2000	2010		
Arêz	11.323	12.924	65,08	34,32
Baía Formosa	7.821	8.573	39,52	67,25
Canguaretama	27.011	30.916	47,68	74,66
Ceará Mirim	62.424	68.141	34,99	63,01
Extremoz	19.572	24.569	25,40	51,34
Macaíba	54.883	69.467	28,49	56,60
Maxaranguape	8.001	10.441	44,19	69,75
Natal	712.317	803.739	1,07	28,74
Nísia Floresta	19.040	23.784	30,18	60,86
Parnamirim	124.690	202.456	12,88	31,91
Pedra Grande	4.017	3.521	48,76	75,26
Rio do Fogo	9.217	10.059	47,20	75,34
São Gonçalo do Amarante	69.435	87.668	22,51	48,87
São José de Mipibu	34.912	39.776	30,41	61,98
São Miguel do Gostoso	3.777	8.670	55,08	81,00
Senador Georgino Avelino	3.302	3.924	30,43	64,28
Tibau do Sul	7.749	11.385	28,75	56,70
Touros	27.879	31.089	44,38	73,89
TOTAL	1.180.038	1.327.325	-	-

Tabela 4: Indicadores Populacionais e de Pobreza dos municípios do Polo Costa das Dunas/RN

Fonte: IBGE (2000 e 2010).

Além do acentuado índice de indigência e pobreza, observa-se que a taxa de alfabetização chega a 80% em apenas 5 municípios, Extremoz, Maxaranguape, Natal, Parnamirim e São Gonçalo do Amarante. Apesar do baixo desempenho educacional, os municípios do Polo Costa das Dunas apresentam um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), considerado mediano (Tabela 5). Vale esclarecer que o Índice de Desenvolvimento Humano foi criado com a finalidade de medir o nível de desenvolvimento humano de países e municípios. Esse índice varia de 0 (nenhum desenvolvimento humano) a 1 (desenvolvimento humano total). Países e municípios com IDH até 0,499 têm desenvolvimento humano considerado baixo; os com índices entre 0,500 a 0,799 são considerados de médio desenvolvimento humano; e aqueles com IDH mais que 0,800 têm desenvolvimento humano considerado alto. A Tabela 5 mostra a realidade do Rio Grande do Norte que precisa ser considerado para uma boa mudança.

Municípios	População Total (2010)	IDHM (2000)	Taxa de Alfabeti- zação(2010)
Aréz	12.924	0,624	76,3
Baía Formosa	8.573	0,643	79,2
Canguaretama	30.916	0,600	76,1
Ceará Mirim	68.141	0,646	79,5
Extremoz	24.569	0,695	83,7
Macaíba	69.467	0,665	79,0
Maxaranguape	10.441	0,608	80,2
Natal	803.739	0,787	92,0
Nísia Floresta	23.784	0,666	79,3
Parnamirim	202.456	0,760	92,4
Pedra Grande	3.521	0,587	76,7
Rio do Fogo	10.59	0,598	75,5
São Gonçalo do Amarante	87.668	0,694	86,1
São José de Mipibu	39.776	0,671	77,1
São Miguel do Gostoso	8.670	0,558	73,4
Senador Georgino	3.924	0,646	74,4
Avelino			
Tibau do Sul	11.385	0,655	79,7
Touros	31.089	0,594	73,0
TOTAL	1.327.325	-	-

Tabela 5: População Total, Índice de Desenvolvimento Humano e Taxa de Alfabetização nos Municípios do Polo Costa das Dunas/RN

Fonte: PNUD. Atlas de Desenvolvimento Humano, 2000; IBGE (2000 e 2010)

Conclusões

A análise permite afirmar que a realidade socioeconômica dos municípios do Polo Costa das Dunas apresenta cenários bastante díspares, uma vez que a capital, Natal, está localizada na mesma área. Assim é importante entender as relações entre os municípios e estabelecer parcerias que possam efetivamente apoiar e fortalecer o desenvolvimento do Polo, contribuindo assim para o crescimento ordenado da atividade turística e de outras atividades econômicas.

O panorama socioeconômico e cultural encontrado nos municípios mostra debilidades que interfere negativamente na atividade turística, tais como:

- Baixa capacitação técnica e gerencial nas áreas de turismo;
- Baixa escolaridade e qualificação dos recursos humanos que prestam serviços turísticos;
- Baixo conhecimento dos funcionários acerca das questões relacionadas à qualidade dos serviços turísticos;
- Baixa conscientização dos segmentos empregadores e empregados para a preservação ambiental e cultural e, ainda, para o desenvolvimento do turismo;
- Empregados, da maioria dos municípios, sem acesso a cursos de capacitação;
- Visão empresarial como um fator restritivo à capacitação e ao aperfeiçoamento em turismo e hospitalidade.

O diagnóstico realizado pelo Conselho Estadual de Turismo – CONETUR também apresenta as fragilidades do Polo tais como:

- Falta de articulação dos municípios integrantes do Polo;
- Desconhecimento por parte dos gestores e da população acerca da atividade turística e dos seus impactos no município;
- Baixo índice de escolaridade da população do município;

- Escolas e professores sem infraestrutura e desmotivados e alunos sem perspectiva e objetivos.

As fragilidades apontadas na área de turismo se devem, predominantemente, a falta de capacitação/qualificação profissional, de visão empreendedora dos profissionais que atuam nesse segmento em todos os municípios e da total falta de estruturação administrativa e de gestão dos órgãos municipais de administração da atividade turística. A análise documental revelou que apesar do crescimento do turismo nos municípios do Polo e, conseqüentemente, da demanda por recursos qualificados, os equipamentos e serviços turísticos e de apoio ao turismo operaram com pessoas inexperientes que se capacitam no dia a dia, com treinamento informal, durante a jornada de trabalho.

O mais grave é que os nativos não têm condições de participar para se apoderarem dos benefícios e das vantagens da atividade turística, não se sentem capazes de participar do processo de mudança que o turismo pode ocasionar. Nos municípios pesquisados as pessoas que têm negócio próprio, apesar de reconhecerem a importância da capacitação para o exercício profissional, também não priorizam a aquisição de conhecimentos para melhorar o desempenho de suas atividades, o que revela uma visão empresarial muito limitada, especialmente no que diz respeito à qualificação da sua mão de obra.

No Polo Costa das Dunas, apenas os municípios de São José de Mipibu e Goianinha não fizeram parte do PNMT. Mesmo assim constata-se que o Polo apresenta sérios problemas relacionados à infraestrutura e a gestão da atividade turística. Apesar das fragilidades do estado nas políticas estadual de turismo, programas desde o PNMT, a Regionalização ao PRODETUR implantados no estado, provoca mudanças reais, no entanto, os resultados ainda são pequenos, faltam ações efetivas quanto à gestão da atividade por parte dos órgãos públicos, nos níveis estadual e municipal. Sabe-se o papel que as comunidades exercem no desenvolvimento do turismo local e isso precisa ser considerado. O turismo comunitário é realizado de forma integrada as demais atividades econômicas, com iniciativas que fortalecem a agricultura, a pesca e o artesanato, dentre outras atividades. Prioriza a geração de trabalho para os residentes nas comunidades, os pequenos

empreendimentos locais, a dinamização do capital local, a garantia da participação de todos, dando espaço também às mulheres e aos jovens. Assegura a participação das pessoas da comunidade com o planejamento descentralizado e associativo, luta pela regulamentação fundiária e pela garantia da posse da terra de populações indígenas, pesqueiras. Busca a regulamentação de comitês da gestão ambiental nessas unidades e planos de manejo e de conservação compatíveis com o turismo.

O Ministério do Turismo tem reforçado a importância da participação de comunidade no processo de planejamento e da gestão de políticas e projetos quando orienta no curso de formação de gestores das políticas públicas do turismo que: O turismo no Brasil exige discussão ampla sobre o modelo de turismo que se faz necessário para o desenvolvimento da economia e da sociedade, discussão que envolve questões, de cidadania, meio ambiente, ética, sustentabilidade e a necessidade de inclusão maciça dos residentes dos núcleos receptores. Assim é importante que a comunidade tenha claro quais os cenários que se apresentam e como eles podem e devem participar ativamente do processo de discussão e formulação de qual cenário desejam para os lugares.

Bibliografia Consultada

BANCO DO NORDESTE. **PRODETUR/NE**. Fortaleza: BNB, 2001. Disponível em: <<http://www.bancodonordeste.org.br>> Acesso em: 10 de set. de 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria de Políticas de Turismo. **Programa de qualificação a Distância para o Desenvolvimento do Turismo: formação de gestores das políticas públicas do turismo/** autoria do conteúdo técnico-científico Alexandre Panosso Neto, Francisco José Pereira da Silva, Luiz Gonzaga Godoi Trigo. – Florianópolis: SEAD/FAPEU/UFSC, 2009.

CONSULTI. Consultoria em Lazer, Turismo e Hospitalidade. **Diagnóstico de oferta e demanda de capacitação profissional, empresarial e de gestores de ONG'S para o setor turístico – Pólo Costa das Dunas/RN**. Natal, 2007.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. **O turismo nos Discursos, nas Políticas e no Combate à Pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

CRUZ, Rita de Cassia. **Política de Turismo e Território**. São Paulo: Contexto, 2002

DYE, Thomas R. **Understanding Public Policy**. 11. ed Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, 2005.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo: Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

FONSECA, Maria Aparecida P. da. **Espaço, políticas de turismo e competitividade**. Natal: EDUFRN, 2005.

EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo. **Procedimentos do Programa Nacional de Municipalização do Turismo**. Brasília: Embratur, 1999.

_____. **Retratos de uma caminhada: PNMT 8 anos**/elaborado pela Gerência de Programas Nacionais; Supervisão de Projetos de Descentralização – Brasília: Embratur, 2002.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE. Secretaria de Estado do Turismo. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS: Polo Costa das Dunas**. Natal: SETUR, 2011.

_____. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS do Polo Costa das Dunas**. Natal, 2003.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico 2010**. *In*: Cidades@. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> >. Acesso em: 30 ago. 2012.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico 2000**. Disponível em: < http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/default_censo_2000.shtm > Acesso em 10 set. 2012.

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. **Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil**. 2000. Disponível em: < <http://www.pnud.org.br/Atlas.aspx?view=atlas> >. Acesso em: 30 ago. 2012.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

SANCHEZ, J-E. **Espacio, economía y sociedad**. Madrid: Siglo Veintiuno Editores, 1991.

SARAIVA, Enrique. Introdução à Teoria da Política Pública. In: **Políticas públicas**: coletânea / Organizadores: Enrique Saravia e Elisabete Ferrarezi. – Brasília: ENAP, 2006. v.2.

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte. **Cadastro empresarial**. Natal: SEBRAE, 2010. Disponível em: <http://portal.rn.sebrae.com.br/pagina.php?id=116> Acesso em: 27 ago. 2012.

START Pesquisa e Consultoria Técnica, DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL – Plano de Fortalecimento da SETUR, 2010.

VIRGINIO, Darlyne Fontes. **Gestão Pública do Turismo**: uma análise dos impactos da política macro de regionalização turística no período 2004-2011, no estado do Rio Grande do Norte, Brasil. Dissertação (Mestrado em Turismo), Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal: CCSA/PPGT, 2011.

O MARANHÃO E AS POLÍTICAS DE TURISMO

Cristiane Mesquita Gomes⁹¹

Luzia Neide Coriolano⁹²

Introdução

O Estado de Maranhão é rico em atrativos, a capital constitui polo de desenvolvimento turístico dos mais expressivos, e apesar de entraves econômicos é um expoente de demanda turística. A riqueza cultural advinda do processo de desenvolvimento histórico cria legado cultural vasto e rico, que aliada aos atrativos naturais que o Estado apresenta, explicitam a tendência ao turismo, apesar dos conflitos e contradições reveladores, em cenário com diferenças socioeconômicas discrepantes e ascendentes. Este artigo revela o ambiente conflituoso em que se construiu o Estado do Maranhão e o atual cenário em que se desenvolve o turismo no Maranhão, por intermédio de abordagem crítica. Investiga-se a literatura científica sobre o Estado do Maranhão. O estudo investiga o potencial turístico do Maranhão, Estado localizado a oeste da região Nordeste do Brasil sendo o segundo maior estado da Região, que conta com 217 municípios em uma área de 331.983,293 km². Tem origem na luta entre povos nativos e colonizadores, quando no ano do descobrimento do Brasil, espanhóis ali se instalaram. Trinta e cinco anos depois chegam os portugueses que tentaram ocupar o território sem sucesso. Os cenários de guerra só se dissipam em 1644.

A capital ostenta atrativos turísticos naturais, no litoral uma série de belas praias com dunas exuberantes em extensa faixa litorânea. Entre as praias da capital e as lagoas dos Lençóis maranhenses, encontram-se águas límpidas que deságuam em várias cachoeiras no Sul do Estado. Culturalmente o Maranhão é reconhecido pelas manifestações ricas em tradição como o bumba meu boi, tambor de crioula, tambor de mina, manifestações do condado de reis, pastores e festa do Divino Espírito Santo, o que por si já constituem forte atrativo turístico. Justifica-se

91 Mestra em Gestão de Negócios Turísticos (UECE), Professora do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Maranhão.

92 Professora Doutora do Programa de Pós Graduação em Geografia-PROPGEO e do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da UECE.

a pesquisa pela relevância turística do Maranhão frente aos atrativos que apresenta. Pretende-se com esse trabalho investigativo apresentar o cenário em que se desenvolve o turismo no Estado e os entraves que enfrenta socioeconomicamente. Utilizou-se como método revisão de literatura científica sobre turismo e Maranhão.

O Maranhão e o potencial turístico

O estado do Maranhão ocupa uma área de 331.983,3 km² da região Nordeste do Brasil e tem limites com o Oceano Atlântico, Piauí, estado do Tocantins e Pará. Apresenta clima tropical e relevo de costa recortada, assim como a planície litorânea com dunas e de planalto na região interior do estado. A cobertura vegetal é variada destaca a Mata dos Cocais (leste); mangues na região litorânea, Floresta Amazônica (oeste) e Cerrado (no sul). As cidades mais populosas do estado são a capital São Luís e cidades de Imperatriz, São José de Ribamar e Timon. No subsolo há minas de calcário, ouro, cobre, gipsita, diamante e argila. É banhado pelos rios Balsas, Itapecuru, Gurupi e Mearim (RIOS, 2010). Duas regiões se destacam como atrativos turísticos no estado: Chapada das Mesas, com cachoeiras, trilhas e rios, e Lençóis Maranhenses com dunas, lagoas, rios e o mar.

Historicamente, ocorreram lutas entre nativos pela posse da terra, a exemplo do que discorre Lacroix (2012), os espanhóis foram os primeiros a passar por cá, onde hoje se sabe Maranhão, quando do descobrimento do Brasil. A ocupação se confunde com a história da capital São Luís, pois em 1612 os franceses ocupam o Maranhão, no contexto de conflitos entre estes e portugueses. Estado do Maranhão e Grão-Pará⁹³ foram instituídos em 1621, para melhoria de defesas e ligação com a Metrópole, já que as relações com a capital Salvador eram entravadas por consequência de correntes marítimas na costa leste do oceano Atlântico. Em consequência do domínio português na região, em 1774, dá-se a ruptura entre Maranhão e Pará, motivada pela forte influência portuguesa que resistia na aceitação de independência do

93 Um dos estados coloniais portugueses na América do Sul criado no período pombalino quando o Maranhão mudou a capital de São Luís para Belém. Ia do Nordeste Ocidental até a Amazônia Ocidental, quando o Maranhão ganhou soberania e se criou a capitania do Grão Pará e Rio Negro (Amazonas).

Brasil de Portugal que somente se consolida em 07 de setembro de 1822. Explicar a exploração de terras do Maranhão há se compreender a teoria de que o grande sertão, ao Sul do estado, fora a porta de entrada para migrantes de paragens brasileiras como conta Coelho Netto (1979) na pesquisa feita no Maranhão do Sul. O pesquisador relata que o sertão era o lugar mais afastado dos pontos conquistados pelos colonizadores. Matas densas, acessos inadequados, área de povoados indígenas e variáveis que tornavam o cenário bastante hostil e desafiador. Descreve os primeiros habitantes do Maranhão e habitat decorrente de muitos conflitos e resistências pela posse da terra.

Eram nordestinos os homens que ali no alto sertão, no sul deste grande estado, vieram criar a civilização do gado que se caracterizava na implantação das fazendas, com a casa do vaqueiro ou preposto, curral, ocupação de terras, aparecendo assim o seu aspecto fundiário da propriedade, pequena agricultura de sustentação, firmando a conquista definitiva com o afastamento dos gentios, seus primitivos habitantes. (COELHO NETTO, 1979, p.11).

O autor perfila princípio de ocupação das entranhas do estado, na contramão do que Lacroix (2012) discorre como primórdio contemplando a ocupação unicamente pelo litoral. Coelho Netto (1979, p. 12) também cita os territórios ocupados pela encenação de odisseia dos que “atravessavam o rio Parnaíba e vislumbravam Pastos Bons e se estendem nos campos e nas agradáveis ribeiras até chegar em Tocantins, estabelecendo na época o conflito de fronteiras entre a província do Maranhão e as de Goiás e Pará”.

Não traziam escravos, eram brancos, portugueses na sua origem e na sua descendência, da Bahia e de outros estados do nordeste, acompanhados dos mais legítimos brasileiros, nascidos da mesclagem das raças que povoaram inicialmente essa grande nação, [...] aventureiros e sonhadores que tinham a primazia de possuir o gado e

em seguida a terra pela posse imediata [...].
(COELHO NETTO, 1979, p. 12).

Nesses instantes primeiros da história de ocupação das terras do Maranhão, prepara-se, sobremaneira, a miscigenação e o sincretismo religioso. No século XVI, o território maranhense era povoado por índios tupinambás, tremembés e potiguaras, conforme Coelho Netto (1979). O primeiro europeu a irromper o litoral maranhense fora o navegador espanhol Vicente Yañez Piazón⁹⁴ em 1500. Por outro lado, contempla-se a visão de Lacroix (2012, p. 17) ao tratar da invasão das terras do Maranhão, ao Norte, invasão por mar:

Desde fins do século XV, europeus, especialmente franceses, vasculharam o litoral brasileiro, em relação amistosa com nativos por meio do escambo. [...] Confirmada a riqueza da região, a receptividade silvícola e livre da posse dos descobridores, foi formada uma empresa autorizada pela Regente Maria Médici. Organizada a frota, velas lançadas ao mar a 19 de março e depois de algumas paradas, os súditos dos Bourbon chegaram a Upaon-Açu a 6 de agosto de 1612. Escolheram um lugar estratégico, com visão para os dois braços de rios que circundam a ilha e construíram o forte principal, em pau-a-pique, nominado de *Sant Louis*. [...] Grande parte da comitiva se hospedou nas vinte e sete aldeias da ilha, completamente integrados à vida nativa, usando os primitivos caminhos como rede de comunicação e os rios em canoas de um só tronco. [...]. (LACROIX, 2012, p. 17).

Feita digressão histórica sobre os primórdios do estado do Maranhão faz-se primordial entender a forma do encontro e mistura dos povos. Compreende-se que a riqueza cultural advinda do processo de desenvolvimento histórico cria legado cultural vasto e rico,

94 Navegador (explorador) espanhol, foi codescobridor da América em 1492 como capitão da caravela La Niña, na primeira expedição de Cristóvão Colombo.

que explicita a tendência do Maranhão a ser forte atração turística. Contemporaneamente, luta-se pelo desenvolvimento econômico significativo, é que o estado, com todo o diferencial, oferece atrativos dos mais variados, devido à importância do processo histórico e por ser um dos maiores estados da federação: é o oitavo maior e somente décimo sexto posicionado em relação ao desenvolvimento econômico. Regionalmente está organizado em polos⁹⁵:

Os vários governos do Maranhão também vêm, ano após ano, buscando soluções para o desenvolvimento do Estado e para a melhoria das condições de vida da população. E diante do grande potencial, o turismo se apresenta como uma das opções mais viáveis. No Maranhão são cinco pólos turísticos privilegiados: São Luís, Floresta dos Guarás, Parque dos Lençóis, Delta das Américas e Chapada das Mesas. (ANDRADE FILHO, 2003, p. 22).

Dividido em dez Polos, acrescentem-se-lhe cinco mais recentes: Polo Lagos e Campos Floridos, Polo Munin, Polo dos Cocais, Amazônia Maranhense e Polo Serras - Guajajara, Timbira e Kanela (MARANHÃO, 2011a).

O Maranhão é da região Nordeste do Brasil, em vizinhança da região Norte, o que lhe confere diversificados ecossistemas. São 640 quilômetros de extensão de praias tropicais, floresta Amazônica, cerrados, mangues (ENCONTRAMA, 2009). Dada a diversidade, o estado fora dividido em Polos para gestão mais apropriada de questões naturais e socioeconômicas. Tanta variedade de ecossistemas constitui estado rico em atrativos turísticos. Sobre seu significado, Lage e Milone (2000, p. 28) dizem:

Os lugares, objetos ou acontecimentos de interesse turístico que motivam os deslocamentos de grupos humanos para

95 Espaço geográfico claramente definido, com pronunciada vocação para o turismo, envolvendo atrativos turísticos similares e/ou complementares. Prodetur/NE II - Pólos de Turismo - Conceito e Etapas de Implementação.

conhecê-los: recursos naturais, patrimônio histórico-cultural, manifestações folclóricas, realizações científicas e outros acontecimentos programados.

Os recursos naturais constituem ativos turísticos, instrumento de desenvolvimento socioeconômico e elevação do nível de bem-estar da coletividade. Há sublinhar o significado de desenvolvimento na visão de Bursztyn, Bartholo e Delamaro (2009, p. 77), que consideram o desenvolvimento: “uma ideia dos anos 1950 que marca a discussão sobre as estratégias políticas e econômicas que permitiriam às nações menos favorecidas efetivar a superação da miséria.” E, na perspectiva de superação da miséria, de vida marginal, utilizou-se o termo “desenvolvimento” visando possibilitar crescimento endógeno dos municípios do Maranhão. Para Carestiato (2000) faz-se necessário construir o poder endógeno para que um determinado grupo social possa autogerir-se desenvolvendo o seu potencial socioeconômico, preservando o patrimônio ambiental e superando limitações, na busca contínua de qualidade de vida dos indivíduos. A sociedade é protagonista da mudança da realidade de universos marginalizados, muitos no estado, rico de povo pobre. É uma questão dialética: se o estado é rico em recursos naturais e potencialidades turísticas, por outro ângulo, se abstrai em estado singular com gritantes diferenças sociais. Estado de disparidades econômicas sob o jugo da hegemonia capitalista concentradora de riquezas em mãos de poucos, enquanto a grande massa vive dissonante de seus direitos, ignorada nas necessidades e ignorante do que deve ter por direito. A advertência de Coriolano (2009, p. 279) pune a análise quanto à possibilidade de a atividade turística ser redentora de países ou estados mais pobres:

Os países pobres são levados a acreditar no turismo como atividade indutora do desenvolvimento, o que não acontece, pois se sabe que o chamado desenvolvimento econômico tem base em atividades produtivas sólidas, com grande respaldo na industrialização. E que primeiro o lugar precisa crescer e se desenvolver para poder o turismo se estabelecer com sucesso.

Assim, o Estado do Maranhão passa por conflitos e contradições reveladores de cenário de diferenças socioeconômicas discrepantes e ascendentes, e acredita na atividade turística como oportunidade de incremento econômico e possibilidade de reintegração de marginalizados social e economicamente. Dir-se-ia turismo capaz de mitigar desigualdades regionais e locais. A reflexão, à luz da teoria miltoniana, ajuda a definir o que são desigualdades regionais do país, em relação ao Maranhão e ao Nordeste.

Diferenças duráveis, localmente interdependentes e cumulativas entre subespaços de um mesmo país. Condições não somente conjunturais, mas também estruturais são responsáveis por numerosas diferenças duráveis, ligadas umas as outras, na escala do espaço considerado. (SANTOS, 2004, p. 293).

Desta forma, entende-se Maranhão como estado rico em atrativos naturais, culturais, na mesma medida, abastado de problemas e gargalos políticos que dificultam seu crescimento. O entendimento de entraves no estado revela por que Maranhão não se destaca em desenvolvimento turístico em pé de igualdade com estados nordestinos que usufruem de benevolências da atividade.

São Luís dos Azulejos e Portal Entrada dos Lençóis Maranhenses

Fundada pelos franceses, a capital do estado, única brasileira, não nascida lusitana, apresenta arquitetura singular e história intimamente ligada ao desenvolvimento do país. Reconheceu-se pela UNESCO em 1997 como Patrimônio Mundial, e bem da humanidade. O traçado urbano da cidade data do século XVIII, conta com mais de cinco mil imóveis, adornados com arcos, gradis, bandeiras, vitrais e azulejos, com diversidade arquitetônica, artística e cultural mundial. Viana Lopes (2008, p. 11) descreve assim:

Terra sem males para os tupinambás, eldorado de piratas e colonos, acrópole anacrônica de escritores e literatos, reino *vodum* para os que buscam encantamento São Luís é cidade e é

ilha. E como toda ilha, é paraíso do imaginado. Mais do que qualquer outra cidade, São Luis revela a cada detalhe, a cada mudança, por mais furtiva, que é o resultado do desejo dos homens. [...]. Construíram a cidade colonial planejada segundo as normas e fins da Monarquia e da Igreja, mas não sufocaram o misticismo e a sensualidade do barroco.

São Luis foi uma das maiores cidades do Império português no Brasil, acomodava homens e mercadorias atendendo aos interesses da Monarquia. É o que se vê em pleno século XXI:

É uma cidade dentro da outra: a metrópole traçada segundo princípios funcionais abraça, em anéis viários, a colônia fundada sob leis jesuítas e consagrada em ambas contemplam o seu reverso, os subúrbios sem limites da Jamaica brasileira (assim conhecida mundialmente pela tradição com o reggae). Na ilha entre praias, mangues e muralhas, a cidade de alumínio convive com a serpente lendária que habita suas galerias subterrâneas. (VIANA LOPES, 2008, p. 11).

Tupinambás, povo nômade, vindo de todas as partes do litoral brasileiro para a terra de Upaon-Açu, diziam-se símbolo de liberdade, e baseavam as atividades na agricultura, caça e pesca. Organizavam-se em vinte e sete aldeias, com cerca de doze mil índios. Mas, no século XVI, exploradores europeus à procura no Maranhão, do Eldorado lendário, minas de Potosí⁹⁶ na Cordilheira dos Andes, desagregam as tribos indígenas. Diante da perspectiva de exploração da América, o ponto do litoral norte do Brasil foi visitado pelo espanhol Vicent Pianzon, em 1500 e por outros que vieram em anos seguintes, na intenção de explorar e colonizar (VIANA LOPES, 2008).

Em 26 de julho de 1612, uma expedição francesa

96 Localizam-se no cerro de Potosí, Alto Peru. Principal centro produtor de prata da América, durante o período colonial.

composta por três navios e quinhentos homens, vindos do porto de Cancale sob o comando dos tenentes-gerais Daniel de La Touche, Sieur de La Ravardiere, Sieur de Rasily e Aunelles, e Nicolau de Harlay [...] desembarcam no porto de Jeviree (ponta do São Francisco), com o intuito de fundar aqui uma colônia, reforçando a povoação originária. (VIANA LOPES, 2008, p. 12).

Sob a influência dos franceses, tupinambás foram catequizados internalizando no cotidiano as práticas do trabalho de colonizador. Século depois, como influência portuguesa, é importante dizer da intervenção de Jerônimo de Albuquerque - primeiro governador do Maranhão - que no intento de fortalecer e formalizar o domínio português organizou a administração de São Luís, quando o engenheiro-mor do Estado do Brasil, Francisco Farias de Mesquita, elaborava o primeiro plano de arruamento da cidade. “Da colônia francesa aos portugueses conservaram o agenciamento espacial do núcleo primitivo da cidade, em torno do Forte de Saint Louis, e o próprio uso do forte, serviu para manter a localização dos edifícios religiosos construídos pelos gauleses.” (VIANA LOPES, 2008, p 13).

Divisão do Estado em Polos Turísticos

Para fomentar o turismo, o programa de Regionalização e divisão do Estado em Polos coloca o Maranhão na rota dos grandes destinos brasileiros, entre os quais se destaca o Polo Turístico São Luís que abrange a Ilha de Upaon-açu, e mais quatro cidades, além da capital: Paço do Lumiar, São José de Ribamar, Raposa e Alcântara. A capital aparece romanescamente desenhada na descrição sintética de Andrade Filho (2003, p. 23) que apresenta as principais atrações:

São Luís dispõe de belas praias, entre as quais, pode-se destacar: São Marcos, Ponta d’Areia, Calhau, Caolho, Olho d’Água e Guia. A avenida litorânea que liga as principais praias da ilha vem se tornando um ponto de concentração turística e, assim, estimulando o surgimento de uma série

de negócios em sua extensão. No patrimônio histórico de São Luis (Ma), um dos mais ricos do país, destaca-se o acervo arquitetônico da Praia Grande (Projeto Reviver), Praça Benedito Leite, Largo do Carmo, Cais da Sagração, Palácio dos Leões e 'La Ravardiere', Teatro Artur Azevedo, Fonte de Santo Antonio, Fonte das Pedras, Largo do Ribeirão, Largo dos Amores e Sítio do Físico; além de igrejas centenárias, tais como: Igreja de São José do Desterro, Igreja de São Pantaleão, Igreja do Carmo, Igreja da Sé, Igreja dos Remédios e Igreja de Santo Antonio. (ANDRADE FILHO, 2003, p. 23).

Entre as manifestações populares é importante citar os festejos juninos, com o tradicional bumba meu boi, apresentações de tambor de crioula, quadrilhas e tambor de mina. Exponente cultural do Maranhão é o reggae, que reconhece São Luis como capital brasileira do reggae. O acervo cultural dispõe de vários museus: Museu Histórico e Artístico do Maranhão, Museu de Arte Sacra do Maranhão, Museu do Negro, Museu do Centro de Cultura Popular Domingos Vieira Filho, Museu de Artes Visuais e Convento das Mercês. São José de Ribamar, município turístico, a 32 km da capital, é destino do turismo religioso que faz parte do litoral da Ilha dos Amores, com praias extensas, a mais conhecida a praia de Panaquatira. Oferece culinária baseada em frutos do mar e recebe visitantes diariamente. A cidade de Raposa é conhecida pelos bordados manuais e renda de bilro e culinária também com base em frutos do mar. A praia da Raposa dista 30 km do centro de São Luis, onde se tem a principal colônia de pescadores. O conjunto urbanístico é composto de casas de madeira em que se expõem rendas de artesãs. Destaque-se a praia de Carimã, uma das mais atraentes da Ilha.

A quarta cidade do Polo turístico de São Luis é Paço do Lumiar, típica cidadezinha de interior, com áreas verdes intocadas. O manguezal é fonte geradora de alimentação e renda de moradores, cidade atrativa de turismo. A influência de marés, na maioria dos rios também atrai a visita à localidade, pois com o aumento de volume das águas que desembocam no mar, passeios de canoas e lanchas se tornam constantes,

favorecendo a pesca e apreciação da arveoada de guarás e garças que fazem ninhos no manguezal. E a cidade monumento de Alcântara, única do Polo Turístico, que está fora da Ilha. A própria viagem de barco é um convite ao turismo. A cidade é de rico patrimônio histórico, forte apelo cultural, com conjunto de atrativos naturais em rotas das visitas. O modelo de gestão em Polos não foi suficiente para desenvolvimento do turismo. As deficiências do Maranhão começam pela capital e se reproduzem nos municípios, e o modelo de gestão atinge a pequena vila dos palácios, em cheio. Lacroix (2012, p. 558) coloca o problema da seguinte forma:

Este centro de atração turística e lazer oferecido por bares, restaurantes, lojas de artesanato, livraria, pousadas, comércio de alimentos, seria o cartão de visita de São Luis não fora a má conservação dos passeios, dos lampiões, dos prédios, das calçadas, sarjetas, depósito do lixo obstrutor das grelhas e tubulações nas chuvas torrenciais, responsáveis pelos mau cheiros dos esgotos, devido a crônica e má administração da coisa pública, bem como a ausência da iniciativa privada nas ações de conservação. Esta é a cidade de São Luis, cujo perímetro antigo, parte integrante e representativa das páginas da história colonial e imperial, possui atualmente 5.500 edificações, que deveriam ser melhor cuidadas, numa época de mudança de concepção e valorização do passado. [...]. O Maranhão, no entanto, continua descompassado das políticas de conservação do patrimônio histórico e do meio ambiente.

De acordo com a crítica de Lacroix (2012), compreende-se que a dimensão dos problemas estruturais do Polo São Luís é decorrência da gestão pública, o que implica entraves para as demais cidades do Polo e principalmente para Alcântara que, apesar de situada no continente, tem acesso mais rápido pelo mar, o que, deveras, dificulta o fluxo de matérias primas necessárias para a alavancada econômica do lugar,

tanto quanto “legítima” a inoperância dos gestores. O comentário de Vieira (2011, p. 92) é que o Polo São Luís apresenta entraves ao desenvolvimento:

No Polo São Luís – o mais importante do Estado, abarcando a capital e tendo sido contemplado no estudo dos 65 destinos indutores de desenvolvimento regional - a Secretaria Municipal de Turismo tem desenvolvido a Regionalização por meio do projeto Turismo Integrado na Ilha, envolve os municípios de São Luís, Raposa, São José de Ribamar, Paço do Lumiar e Alcântara – uma primeira tentativa de desenvolver os municípios de forma integrada como sugere o Programa. O projeto Turismo Integrado na Ilha foi criado para incentivar a atuação dos poderes públicos e da iniciativa privada na promoção do desenvolvimento da região. O objetivo maior era local, aproveitando as áreas do entorno, como o balneário de São José de Ribamar, a cidade histórica de Alcântara, as belezas naturais da Raposa e de Paço do Lumiar.

A divisão do estado em polos é para potencializar os lugares, valorizá-los e estruturá-los para, de fato, chegar a patamar de desenvolvimento socioeconômico significativo via turismo. As análises de Lacroix (2012) e de Vieira (2011) mostram que a ingerência da capital não tem sido indução ao desenvolvimento regional, a metrópole concentra capitais, projetos e fluxos e não distribui. Com essa compreensão, explica-se a pseudo estagnação econômica da cidade de Alcântara e a desesperança de que o fato de ser membro do Polo São Luís pouco contribuiu para o crescimento socioeconômico da cidade. É importante frisar o novo plano do Estado ao retomar o Plano Maior em 2010 com diretrizes que se estendem até 2020, retomando as possibilidades do Maranhão:

O Governo do Maranhão construiu o Plano Maior/2020, instrumento de planejamento,

gestão e orientação técnica das ações da Secretaria de Estado de Turismo. Com esse trabalho, estamos traçando um caminho a ser seguido com o objetivo de conquistar os mercados mundiais e atrair visitantes. O Governo trabalha para colocar o Maranhão entre os grandes destinos mundiais, visando gerar emprego e renda para os maranhenses, pois turismo é hoje um dos segmentos econômicos que mais crescem no mundo e o nosso estado tem vocação para o setor. (MARANHÃO, 2011a, p. 3).

Em 2010, o Governo, por meio da Secretaria de Estado do Turismo, revisou o Plano Maior dando-lhe novas perspectivas para o turismo nos anos de 2010 a 2020. O objetivo primordial é resgatar os resultados alcançados inicialmente para melhoria de produtos turísticos. A proposta agrega valores, define ofertas e traça estratégias de longo prazo definindo o que será promovido, com operacionalização de curto prazo para aumento de captação de turistas (MARANHÃO, 2011a). Mediante estratégias de desenvolvimento de produtos e tendo em vista diferentes níveis de atratividade e desenvolvimento dos Polos Turísticos do Maranhão, hierarquizaram-nos em três categorias que definem seu papel no composto turístico do Maranhão: **POLOS INDUTORES**: com capacidade de máxima rentabilidade pela melhor otimização de oferta atual e de produtos existentes em curto e médio prazos. São, assim, capazes de indução de desenvolvimento turístico e catalisação do desenvolvimento dos demais polos. **POLOS ESTRATÉGICOS**: estrategicamente importantes para diversificação de oferta, a médio prazo, pelo potencial de atratividade e por questões de acessibilidade. **POLOS DE DESENVOLVIMENTO**: os que necessitam de altos investimentos em desenvolvimento para atingimento dos mesmos níveis de rentabilidade dos Polos Indutores: em todos os estados as capitais são principais polos indutores. A reconfiguração revela que a capital se mantém em destaque não só pelos próprios atrativos históricos e culturais, mas também por ser o grande portão de entrada ao turismo no estado e a principal cidade do Polo São Luís.

Lençóis maranhenses mantêm posição estratégica na captação

de demanda turística. Chega-se ao Parque dos Lençóis pelo aeroporto Cunha Machado, de São Luís pela BR 135, pela MA 110 e BR 402 até Barreirinhas. Situa-se o Parque no litoral oriental, abrangendo os municípios de Barreirinhas, Santo Amaro do Maranhão, Primeira Cruz e Humberto de Campos. Lençóis são mundialmente conhecidos pela extensa faixa de dunas e lagoas de águas cristalinas (Figuras 1). Lagoa Azul e Lagoa Bonita são os pontos turísticos mais visitados no interior do Parque. Na região está o Rio Preguiças, responsável pela divisão das Dunas em Pequenos e Grandes Lençóis. No percurso, encontram-se comunidades pesqueiras de Caburé, Atins e Mandacaru, habitado por comunidades indígenas pesqueiras. O Parque Nacional dos Lençóis é Unidade de Conservação criada pelo Decreto Lei no 86.060 de 02 de junho de 1981 (BRASILIA 1981), com área de 1550 km² e limites ao norte com o Oceano Atlântico, ao sul com o município de Santo Amaro e Barreirinhas, ao leste Município de Paulino Neves, ao oeste municípios de Santo Amaro e Primeira Cruz (Figura 4). O Parque Nacional é para preservação de ecossistemas naturais, com rios e lagoas interdunares de diferentes tamanhos e profundidades, campos, planícies, lagos, mangues, vegetação de restinga, buritizeiros e juçaraís ou açáí. A dinâmica das dunas pelos ventos marinhos provoca o fenômeno de mobilidade de dunas móveis com mais de 50 m de altura. Flamingos, jaburus de pescoço vermelho e aves migratórias se têm no Parque. Na fauna encontram-se também diversas espécies de peixes e mariscos, assim como espécies de tartaruga que desovam nas praias dos Lençóis Maranhenses. Os principais municípios turísticos de domínio do Parque são Barreirinhas e Santo Amaro.

Núcleos Indutores de Turismo no Estado

O Projeto Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional, segundo o Ministério do Turismo, que define parâmetros, avalia o estágio de desenvolvimento e elabora plano de ação para que 65 destinos indutores do turismo, no país, tenham competitividade em nível internacional. A primeira edição do estudo em 2008 apresenta estágio de competitividade turística de destinos do País: no Maranhão, os principais indutores são Barreirinhas e São Luis. Para o Ministério do Turismo, o município é indutor quando competitivo e, para o Órgão,

a competitividade: “não se trata de um município ser melhor do que o outro, mas sim de cada um se superar ano após ano, proporcionando ao turista uma experiência cada vez mais positiva.” (BRASIL, 2010). Ou seja, o município precisa de resultados crescentes e qualitativos na balança comercial, superando-se ano a ano. Para a Secretaria de Turismo da Bahia, um dos destinos de destaque, destinos Indutores são municípios com maior e melhor infraestrutura e com atrativos qualificados, identificados com pesquisa de consultores realizada pelo Ministério do Turismo. Os destinos recebem do Ministério do Turismo orientação e treinamento para elaboração e desenvolvimento do plano de ações com competitividade para atendimento de demandas nacionais e internacionais. São responsáveis pelo desenvolvimento na região turística.

Os Destinos indutores são aqueles que possuem infraestrutura básica e turística e atrativos qualificados, que se caracterizam como núcleo receptor ou distribuidor de fluxos turísticos, isto é, capazes de atrair e distribuir um significativo número de turistas para seu entorno e dinamizar a economia do território em que estão inseridos. (TOMAZZONI; POSSAMAI; LOVATEL, 2010, p. 17).

São Luís como município indutor do turismo, se destaca em atrativos históricos, turísticos e naturais. Casarios seculares, com azulejos franceses, holandeses, ingleses e portugueses pintados à mão, marcam as principais atrações locais. Cercada de praias de águas calmas abriga significativo conjunto arquitetônico da América Latina: mais de mil construções na área declarada Patrimônio Mundial pela UNESCO no Centro Histórico de São Luis. No Maranhão o Plano Estadual de Turismo denomina-se Plano Maior, assim definido:

O desenvolvimento turístico tem como objetivo criar e definir produtos a partir dos recursos, entendendo-se por Recursos o conjunto de atrativos naturais e culturais de um território, criados e conservados por seu povo ao longo

da história. Para os recursos há que definir o que se pode realizar propondo um conjunto de atividades: visitar, assistir, participar, estudar, comprar, comer, dormir etc., mediante uma proposta de acessibilidade, envolvendo horários de funcionamento, formas de chegar e preços, previamente definidas pelos proprietários e gestores dos recursos. (MARANHÃO, 2011a, p. 10).

Assim, o processo de desenvolvimento, a exemplo do Plano Maior, exige atuação sobre infraestruturas e serviços públicos relacionados com recursos (comunicação, transportes, saneamento básico, saúde); age também sobre equipamentos e serviços do setor turístico (hotéis, restaurantes, agências de viagem, empresas de aluguel de carros, serviços de guias etc.); e sobre a capacidade das pessoas que vivem e prestam serviços ao turismo; sobre a própria organização da atividade especialmente em mecanismos de planeamento, gestão e na legislação (MARANHÃO, 2011a). Os Planos de turismo, em todos os estados, ampliam fluxos turísticos no território nacional.

São Luis, como município indutor do turismo no Estado, apresenta atrativos peculiares: culinária à base de frutos do mar, camarão, sururu, caranguejo, siri, pescada, robalo, tainha, curimatã, mero, surubim e peixes de água doce e salgada. Pratos de destaque: sarrabulho⁹⁷, dobradinha, mocotó⁹⁸, carne de sol, galinha ao molho pardo⁹⁹, acompanhados da típica farinha d'água¹⁰⁰ (à base de mandioca em forno artesanal). Na cozinha maranhense destacam-se arroz-de-cuxá¹⁰¹, símbolo da culinária do Maranhão feito com mistura de gergelim, farinha seca, camarão seco, pimenta de cheiro e ingrediente

97 Prato culinário tipicamente português. Guisado de miúdos do porco ou cabrito, ligado com sangue e geralmente temperado com cominhos. É um prato típico do norte de Portugal.

98 Prato baseado em patas (de vaca) sem casco ou extremidades de bovinos.

99 Prato à base de galinha da terra, criada no terreiro, guisada com sangue.

100 Feita com mandioca descascada e amolecida por cerca de 4 dias em água corrente.

101 Prato típico da cidade de São José de Ribamar. É servido como acompanhamento para frutos do mar, como torta de caranguejo ou de camarão e peixes. A base desta preparação é a vinagreira, (*Hibiscus sabdariffa*).

especial – vinagreira (hortaliça de origem africana muito comum). O mais novo expoente das peculiaridades da Ilha é o guaraná Jesus de sabor peculiar e coloração rosada, com expressividade nacional. São Luis é também berço de famosos poetas: Aluisio de Azevedo e Artur Azevedo, Bandeira Tribuzi, Ferreira Gullar e tantos outros. Das principais festas folclóricas, destacam-se Bumba meu boi, festas juninas e tambor de crioula (tombado como Patrimônio imaterial Nacional), elementos primordiais que endossam a capital maranhense como um dos principais municípios indutores do turismo.

Barreirinhas, consolidada município no final do século XVIII, é uma pequena cidade de referência agrícola, onde se cultivava primordialmente mandioca, caju, laranja, melancia, arroz, cana-de-açúcar, coco da praia, milho, feijão e banana. Figura 8: beira rio de Barreirinhas, às margens do rio Preguiças, um dos principais pontos turísticos.

Na cultura pecuária, destaca-se a criação de caprinos, base da alimentação. Os principais atrativos são o Rio Preguiças, lagoas Azul, Bonita, dos Peixes, dos Bentos e lugarejos como Caburé, Vassouras, Atins e Alazão. Das principais manifestações culturais, avultam-se as danças de São Gonçalo e Bumba meu boi, assim como vaquejadas e Festas Religiosas, de Nossa Senhora da Conceição e de Santa Rita. A cidade é principalmente conhecida pelo artesanato do local à base de fibra de buriti, é também pela artesanaria em barro e madeira e gastronomia destacam-se os pratos a base de frutos do mar, a galinha caipira, o arroz de coco e de cuxá. O conjunto do Patrimônio histórico apresenta construção que remonta ao Século XIX, na Fazenda de Santa Cruz e Igreja Matriz. Antecedendo a todos os atrativos, o município é principalmente o grande portão de entrada para Lençóis Maranhenses. Em 2010 sugere-se a inserção do município de Carolina entre os principais municípios turísticos do Maranhão.

Maranhão e Rota das Emoções - Negócio Turístico

A Rota das Emoções é um roteiro turístico que parte das reentrâncias maranhenses ao encontro dos estados do Piauí e Ceará. Destacam-se Jericoacoara no Ceará, Delta do Parnaíba no Piauí e

Lençóis Maranhenses no Maranhão, pela região do extremo norte do nordeste brasileiro. Desde 2007, a união dos governos de 3 estados, com apoio de empresários de turismo, ajuda a promoção de roteiro recente, já reconhecido no país. Municípios de Rota abrangem: Araióses, MA; Barreirinhas, MA; Paulino Neves, MA; Santo Amaro, MA; Tutóia, MA; Cajueiro da Praia, PI; Ilha Grande, PI; Luis Correia, PI; Parnaíba, PI; Barroquinha, CE; Camocim, CE; Chaval, CE; Cruz, CE e Jijoca de Jericoacoara, CE. O roteiro integrado é resultado do Projeto da Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização – 1ª edição, implementado pelo SEBRAE e Ministério do Turismo, desde 2005. A proposta envolve lideranças locais, empreendedores e entidades para o desenvolvimento integrado da região.

O SEBRAE desenvolve trabalho nas comunidades ao longo da rota, valorizando a cultura local, capacitando para a atividade turística. Em 2009, a Rota das Emoções foi eleita Melhor Roteiro Turístico do país, pelo Ministério do Turismo, no 4º Salão do Turismo. A Rota das Emoções é destino de referência nacional e internacional, pelos produtos únicos, diferenciados, que integram natureza, aventura, esportes relacionados a vento, água e cultura, em praia. A ideia nasceu em 1970, do piauiense Everardo Montenegro, que criou Projeto CEPIMAR que une sigla dos três estados, em 2005, implementada por intermédio da união de esforços entre SEBRAE e Governo Federal. A partir de então se aloca infraestrutura em localidades contempladas pelo roteiro em benefício de 14 municípios abrangendo três estados fortalecidos com:

- Compromisso com o desenvolvimento sustentável e melhoria da qualidade de vida das comunidades;
- Fortalecimento da governança local;
- Efetivação do processo de integração em todas as instâncias, vivência de experiência de grande significado ao turista;
- Observância de políticas públicas nacionais, estaduais e municipais, voltadas para o turismo (ROTA DAS EMOÇÕES, 2013).

No segundo semestre de 2012, o SEBRAE iniciou ações

de qualificação de empresários e trabalhadores do roteiro para fortalecimento de competitividade do destino e estímulo aos fluxos nacionais e internacionais de turistas.

A ideia do projeto, intitulado 'Rota das Emoções e novos desafios, é implantar um processo contínuo de qualificação, abrangendo aspectos de estrutura, atendimento, gestão e sustentabilidade das empresas envolvidas com a atividade turística no território do roteiro. Além disso, a novidade é estimular a participação das empresas nos programas de certificação em turismo disponíveis no Brasil, como o Bem Receber do Ministério do Turismo (MTur) e o Aventura Segura, da Associação Brasileira das Empresas de Turismo de Aventura (Abeta). (PORTAL DO CEARÁ, 2012, p. 1).

Segundo o SEBRAE, a oferta está em vigor sob o título: Cooperando para uma Rota das Emoções Melhor - O Território é o Negócio.

Considerações finais

O Maranhão é um estado rico, a capital constitui um forte polo de desenvolvimento turístico dos mais expressivos, e apesar de seus entraves econômicos ainda é um expoente de demanda turística. São Luís como município indutor do turismo, se destaca em atrativos históricos, turísticos e naturais. Cercada de praias de águas calmas abriga significativo conjunto arquitetônico da América Latina, denotando competência turística em potencial. Luta-se pelo desenvolvimento econômico em que o estado, com todo o diferencial, oferece atrativos dos mais variados, devido à importância do processo histórico e por ser um dos maiores estados da federação é o oitavo maior e somente décimo sexto posicionado em relação ao desenvolvimento econômico. Regionalmente está organizado em polos.

Os vários governos do Maranhão vêm, buscando soluções para o desenvolvimento do Estado e para a melhoria das condições de vida da

população. E diante do grande potencial, o turismo se apresenta como uma das opções mais viáveis. Os recursos naturais e culturais constituem ativos turísticos, instrumento de desenvolvimento socioeconômico e elevação do nível de bem-estar da coletividade. Entretanto é um Estado rico de povo pobre que continuamente reafirma as discrepâncias socioeconômicas.

A exemplo do Plano Maior, o desenvolvimento da atividade turística exige atuação sobre infraestruturas e serviços públicos relacionados com recursos; equipamentos e serviços do setor turístico; e sobre a capacidade das pessoas que vivem e prestam serviços ao turismo; sobre a própria organização da atividade especialmente em mecanismos de planejamento, gestão e na legislação, considerando que os Planos de turismo, em todos os estados, ampliam fluxos turísticos no território nacional, o que subtende (dever) potencializar o Maranhão em termos de desenvolvimento turístico. Apesar de fazer parte da Rota das Emoções como destino de referência nacional e internacional, pouco tem interferido no Estado a ponto de redefinir os resultados socioeconômicos identificados no Maranhão pelos órgãos oficiais.

Conclui-se que uma empreitada efetiva que reúna forças entre os vários órgãos planejadores do turismo no Estado se consolide com urgência, para que os sujeitos que ainda se encontram marginalizados nos processos de desenvolvimento da atividade turística se façam partícipes, na perspectiva da superação da miséria, fazendo-se necessário construir o poder endógeno no povo maranhense, para que esse grupo social marginalizado, possa desenvolver o potencial socioeconômico, preservando o patrimônio e superando limitações, numa busca contínua por qualidade de vida.

Bibliografia Consultada

ANDRADE FILHO, Kenard Pacheco de. **Uma avaliação do polo turístico de São Luís (Ma) com ênfase na demanda turística internacional**. 130p. Dissertação [Mestrado Profissional em Economia]. Universidade Federal de Pernambuco. 2003.

BRASIL. **Índice de competitividade do turismo nacional**. Brasília: DF, 2010. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov>>.

br/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/downloads_outrosestudios/Relatxrio_Brasil_2010.pdf>. Acesso em: 26 maio 2013.

BRASILIA. **Decreto Lei nº 86.060 de 02 de junho de 1981.**

Disponível em: <http://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/imgs-unidades-coservacao/parna_lencois_maranhenses.pdf>. Acesso em: 23 maio 2013.

BURSZTYN, I; BARTHOLO, R; DELAMARO, M. Turismo para quem? Sobre caminhos de desenvolvimento e alternativas para o turismo no Brasil. In: BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D. G; BURSZTYN, I. (Orgs.). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras.** Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

CARESTIATO, A. P. **Educação ambiental como estratégia de desenvolvimento local: um estudo de caso.** Dissertação [Mestrado em Geografia]. Universidade Federal do Rio de Janeiro-UFRJ. Rio de Janeiro: Programa EICOS/UDRJ, 2000.

COELHO NETTO, Eloy. **Historia do sul do Maranhão.** Belo Horizonte: São Vicente, 1979.

CORIO LANO, L. N. M. T. O turismo comunitário no nordeste brasileiro. In: BARTHOLO, R; SAN SOLO, D. G; BURSZTYN, I. (Orgs.) **Turismo de base comunitária, diversidade de olhares e experiências brasileiras.** Ministério do Turismo: Brasília, 2009.

ENCONTRAMA. **Guia do estado do Maranhão.** 2009. Disponível em: <<http://www.encontrama.com.br/>>. Acesso em: 25 mar.2013.

LACROIX, Maria de Lourdes Lauande. **São Luis do Maranhão: corpo e alma.** São Luis: Lithograf, 2012.

LAGE, Beatriz Helena G, MILONE, Paulo César (Org.). **Turismo: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2000.

MARANHÃO. Secretaria de estado do Turismo. **Plano Maior 2020 - Plano Estratégico de Turismo do Estado do Maranhão.** São Luís: Governo do Maranhão, 2011a.

MARANHÃO. Secretaria de estado de Turismo. **Maranhão único.**

São Luís: Governo do Estado, 2011b.

PORTAL DO CEARÁ 2012. Disponível em:
<http://conhecendoocara.diariodonordeste.com.br/secundario/fortalecimento-rota-das-emocoes-tem-novos-desafios-para-consolidacao>. Acesso em 25 ago. 2013.

RIOS, Luis da Silva. **Geografia do Maranhão**. São Paulo: FTD, 2010.

ROTA DAS EMOÇÕES Delta do Parnaíba Jericoacoara Lençóis Maranhenses. Morais Brito Viagens e Turismo. Disponível: <http://www.moraisbrito.com.br/rota-das-emocoes-delta-do-parnaiba-gericoacoara-lencois-maranhenses/> Acesso em: 26 ago. 2013.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido**: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 2004.

TOMAZZONI, Edegar Luis; POSSAMAI, Ana Maria; LOVATEL, Rodrigo. Turismo no município de Bento Gonçalves (RS): análise do desenvolvimento de um destino indutor no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 4, n. 2, p. 5-30, ago. 2010.

VIANA LOPES, J. A. **São Luís**: história urbana. In: LOPES, José Antônio Viana. São Luís Ilha do Maranhão e Alcântara. Guia de arquitetura e paisagem. Ministério da Cultura (Brasil), Ministério de assuntos exteriores y de Cooperacion. Sevilla: Consejería de Obras Públicas y Transportes, Dirección General de Arqutretura e Viviendas, 2008.

VIEIRA, Aline Rodrigues Mendes. **Planejamento e Políticas Públicas de Turismo**: análise dos módulos operacionais do Programa de Regionalização do Turismo no Pólo São Luís-MA. Dissertação [Mestrado Turismo]. Universidade de Brasília. Centro de Excelência em Turismo Mestrado Profissional em Turismo, 2011.

O USO DO *TERROIR* E DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO TURISMO ENOGASTRONÔMICO NO VALE DO SÃO FRANCISCO NO NORDESTE BRASILEIRO

Ewerton Reubens Coelho Costa¹⁰²

Luzia Neide Coriolano¹⁰³

Introdução

A região do Vale do Submédio do São Francisco é formada pelos municípios do estado de Pernambuco e da Bahia abrange, em Pernambuco, os municípios de Petrolina, Orocó, Santa Maria da Boa Vista e Lagoa Grande; e, na Bahia, as cidades de Juazeiro, Sobradinho, Casa Nova e Curaçá. Para Vital (2009) a existência das vitivinícolas funcionando no Vale do Submédio do São Francisco deve-se a existência de projetos de agricultura irrigada existentes na região. A produção de uvas no Vale do Submédio do São Francisco teve início em 1950, mas a produção de vinhos finos somente a partir de 1978. A evolução desse cenário é significante, sobretudo quando se observa os dados: 15% dos vinhos finos brasileiros são produzidos no Vale e 95% das uvas de mesas cultivadas no país provem dele (ZANINI; ROCHA, 2010). A produção anual de uva que chega a ser superior as 59 mil toneladas, exporta 95% das 62 mil toneladas de uvas brasileiras exportadas (VALEXPOR, 2000). O Vale é considerado a segunda maior região produtora de vinhos finos do Brasil - 15% do mercado nacional (VINHOVASE, 2011).

102 Mestre em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará (UECE); Graduado em Gestão de Turismo pelo Centro Federal de Educação Tecnológica do Ceará – CEFETCE; especialista em Gestão Pública – UNILAB; Formador de Gestores das Políticas Públicas do Turismo pelo Ministério de Turismo – MTUR e Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. E-mail: ewertonreubens@hotmail.com

103 Professora do Programa de Pós Graduação em Geografia, Coordenadora do Laboratório de Estudos do Turismo e Território – NETTUR, Sub Coordenadora do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos / Universidade Estadual do Ceará (UECE). Pesquisadora do CNPq. E-mail: luzianeidecoriolano@gmail.com

Em 2009 região do Vale do Submédio do São Francisco conseguiu a certificação para indicação geográfica de fruta in-natura, a primeira fora do eixo Sul, Sudeste e Centro-Oeste. A certificação foi concedida ao Conselho da União das Associações e Cooperativas dos Produtores de Uva de Mesa e Mangas do Vale do Submédio São Francisco (UNIVALE) pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

A viticultura e a produção de frutas no Vale do Submédio do São Francisco tornou-se tão importante para o desenvolvimento da região que, na tentativa de explorar melhor os recursos do Vale em busca de desenvolvimento socioeconômico foi fundada por representantes do poder público dos municípios da região, em 2004, por meio da Lei de nº 10.837, a Rede Integrada de Desenvolvimento Econômico (RIDE) com o objetivo de estruturar a cadeia produtiva do turismo, sobretudo atividades ligadas quem envolvessem a vitivinicultura, agricultura irrigada, ciência e tecnologia – o que dá destaque ao enoturismo (BARBOSA, 2009).

Destacam-se as ações do poder público para o desenvolvimento do enoturismo no Vale do Submédio do São Francisco: investimento em obras para infraestrutura básica; promoção de grandes eventos abertos ao público – que vem atraindo grande número de turistas; divulgação expressiva dos atrativos regionais e das novas opções de entretenimento oferecidas na região; a articulação de entidades turísticas ampliando as opções de captação de clientes. Provavelmente foi o “Vapor do Vinho”, roteiro enofluvial, inaugurado em abril de 2011, o responsável pela grande atratividade de turistas para o Vale. Parceria do governo da Bahia através do Bahiatursa, com o trade turístico local e a iniciativa privada - a Winegroup Miolo (Fazenda Ouro Verde) e Barca Rio dos Currais. O roteiro enofluvial conta com 300 visitantes/mês (nacionais e estrangeiros) e tem visitas direcionadas à Fazenda Fortaleza (Casa Nova/BA), onde é possível observar o *packing house* de frutas com possibilidade de degustação de manga e uva e compra desses produtos, posteriormente segue a vinícola Ouro Verde para observação dos parreirais e produção dos vinhos, fechando com a fase de degustação dos produtos Terra Nova. A inclusão da Fazenda Fortaleza no roteiro enoturístico foi uma inovação bastante peculiar, pois além de enriquecer

o roteiro, atender a curiosidade da demanda existente em relação aos produtos da fruticultura irrigada, que para muitos é inacreditável a produção de frutas a nível exportação em uma região semiárida, frutas estas que são degustadas pelos turistas durante as visitas. (DIAS, VITAL; 2012). Os números de visitantes acabaram atraindo investidores para o segmento, mas, apesar do roteiro enofluvial “Vapor do Vinho” estar consolidado, a região necessita de melhoramentos urgentes, sobretudo no quesito acessibilidade para tornar o produto mais competitivo e alavancar como destino de enoturismo regional e nacional. Daí a necessidade de compreender o poder e o uso do *terroir* e das indicações geográficas na atividade turística não somente no Vale do São Francisco, mas no Brasil.

Em cada língua, e são muitas as línguas existentes nas nações mundiais, existem palavras que trazem vários significados, e assim originam predicados, informações e propriedades, sobretudo quando se referem a entidades, objetos e pessoas. Por essa particularidade tornam-se noções ou conceitos que transcendem o significado literal da palavra. A palavra *terroir* se encaixa neste contexto, sobretudo por apresentar peculiaridades bastante difundida sem traduções do termo original em francês. Deloire et al.(2003) mostram a ligação da palavra *terroir* com a produção agrícola de alimentos e bebidas, sobretudo à produção de queijos e vinhos. Mas sabe-se que outras produções alimentares estão ligadas ao *terroir* há crescente interesse por produtos de *terroir*, sinônimo de qualidade, valorização regional e exclusividade.

Terroir é uma palavra-noção originada da língua francesa, de rara tradução semântica literal para outras línguas, que apresenta complexidade pois remete a ligação de aspectos humanos e físicos do espaço na produção agroalimentar. A busca incessante de pesquisadores e estudiosos para definir um significado para *terroir* acaba sendo problemática, sobretudo, quando se constata que o termo carrega diferentes sentidos e concepções, podendo ser modificado desde o sentido comercial até a compreensão científica, sendo utilizada em diversas atividades, incluindo o turismo.

Nesse contexto o *terroir* entra na atividade turística por meio da segmentação de mercado, com o uso das indicações geográficas (IGs),

que agrega valor ao produto por associá-lo a um lugar e transforma-o em atração turística. As IGs constituem formas de proteções especiais para produtos como marca e patente, sendo ligada a propriedade intelectual (especialidade do direito) e são asseguradas legalmente por convenções internacionais. As indicações geográficas são responsáveis por proteger regiões e produtos contra falsificações, além de garantir ao consumidor que os produtos são diferenciados, especiais e exclusivos (BRASIL, 2008).

Assim, a possibilidade do uso do *terroir* no turismo é cada vez maior, sobretudo quando se considera as segmentações do turismo onde, encontram *terroir* na forma de produto ou atrativo, seja no turismo rural, cultural, gastronômico, enoturismo, agroturismo, ecoturismo e nos serviços.

Encontra-se *terroir* associado a um ou mais segmentos turísticos na mesma atividade. É o caso do turismo enogastronômico que junta o *terroir* com preparações culinárias, vinho, história, geografia, tradições e a cultura do lugar onde é desenvolvido. A junção desses elementos faz surgir produtos e serviços para enriquecer o mercado turístico e promover a visibilidade do *terroir* de uma região.

Nessas circunstâncias o *terroir* permite que o turismo enogastronômico usufrua da imersão no significado para promover experiências que vão além da simples ingestão e/ou aquisição de alimentos e bebidas durante a viagem. O *terroir* está ligado as viagens e aos alimentos e bebidas desde a Antiguidade – evidencia que comprova a importância das indicações geográficas na busca de produtos com *terroir*, sinônimo de qualidade e identidade de procedência garantida.

Deste modo, a pesquisa levanta questionamentos como: existe um *terroir* brasileiro? O turismo brasileiro utiliza o *terroir* para promover o turismo enogastronômico brasileiro? As indicações geográficas servem como elementos para alavancar a promoção do *terroir* brasileiro na atividade turística? A pesquisa responde os questionamentos, e tem como objetivo explicar o uso do *terroir* e das indicações geográficas no turismo enogastronômico. A investigação insere-se no Projeto de pesquisa sobre Indicações Geográficas no Turismo Enogastronômico brasileiro, desenvolvido no Programa de Mestrado Profissional em

Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará. Possui abordagem exploratória, qualitativa e baseia-se em levantamento de dados secundários com base na revisão bibliográfica, com análise do uso das Indicações Geográficas na atividade turística brasileira.

O *Terroir*

Terroir é uma palavra-noção ligada ao ambiente físico e as condições de um determinado lugar com especificidades, realidade e conceitos geográficos peculiares, assinalados por aspectos climáticos, morfológicos e composições de solos e subsolo específicas. Com características naturais ligadas a identidade de um local e autenticidade de produtos do *terroir* que nos colocam no patamar de produtos especiais, permitindo que as condições que o constituem alavanquem a promoção dos produtos (AURIEUR et al., 2005). O *terroir* refere-se ainda ao diferencial de qualidade e identidade de produtos agroalimentares, oriundos de determinadas regiões geográficas, fato que permite contraponto à crescente *commoditização* dos alimentos advinda da intensificada dinâmica gerada pela globalização, sobretudo a econômica (BLUME, 2008).

É recente o interesse de pesquisadores pelo estudo do *terroir*, com publicações acadêmicas, tema que cresce a partir de 1990, justificada pela constatação de que a partir de consultas feitas ao banco de dados da Web of Science, Derwent Innovation Index (DII), o *terroir* foi encontrado em 68 artigos no período de 1945 a 2006, e que 78% deste total se encontra em artigos publicados entre os anos de 2000 a 2006 (BLUME, 2008, p.67).

O primeiro problema que os pesquisadores e estudiosos do tema identificam no estudo do *terroir* é encontrar um termo equivalente em semântica, em outra língua que se refira ao significado do termo original francês. Confirmam que encontrar equivalentes na língua brasileira e em outras línguas tem sido tarefa difícil. Desta forma se mantém a grafia original do francês *terroir* para denominar a palavra-noção sem descaracterizá-la.

Pela etimologia *terroir* se origina de “terr” radical francês que origina os termos *terre* (terra ou solo), *terrain* (terreno), *terrass* (terraço).

Traz a ligação do termo *terroir* com terra/espaço agrônômico ligado aos queijos e ao vinho, que tem “gosto e cheiro” diferentes e que atribui qualidade ao que é produzido. George e Verge (1990) apresentam *terroir* ligando-o às terras trabalhadas por uma coletividade social que estaria unida por laços culturais e familiares, pelas tradições. Desta maneira o *terroir* se assemelha ao conceito geográfico de território, pois se dá a partir da construção humana, compatibilizada com aspectos simbólicos.

Território vincula-se às condições existenciais e vivenciais de seres vivos, em especial, dos humanos. Etologicamente, a territorialidade humana é análoga à dos animais, posto que é condição de subsistência. Vincula-se ao espaço social do cotidiano com concepção geográfica, política e cultural. É espaço necessário à vida, ao trabalho, ao afeto entre pessoas, áreas de poder e domínio, daí remeter às fronteiras entre povos e grupos. (CORIOLANO; SAMPAIO, 2012, p. 7)

Cabe ressaltar que os conceitos *terroir* e território mesmo tendo a apropriação humana do espaço como uma das premissas marcantes, não são iguais (BLUME, 2008; TONIETTO, 2007). O território trata também de questões político-administrativas oriundas da gestão de ações e decisões humanas, e é mais abrangente (BLUME, 2008, p. 67); trata-se de uma categoria geopolítica, sendo produzido por ações políticas e socioeconômicas que remetem às relações de força e poder (CORIOLANO, 2005). Portanto *terroir* vincula-se a território.

A visão de *terroir* permite, dentro de uma perspectiva de desenvolvimento local, avaliar que o território pode ser abordado sob três dimensões complementares: o território como espaço físico; o território como uma instância de articulação de atores; e o território como uma visão histórica e cultural. Ao considerar o território uma dimensão física, delimita-se espacialmente a região aonde se vão estabelecer políticas de desenvolvimento. Ao considerá-lo

um cenário onde se articulam diversos atores, coloca-se ênfase na dinâmica própria de uma realidade relacional, construída pelo tempo, e na qual os agentes intervêm impondo determinadas lógicas de produção. (MALAFAIA; AZEVEDO; BARCELLOS, 2011, p.215)

O *terroir* está ligado a relação entre o meio natural, paisagens, sociedade e práticas sociais, e não especificamente de poder, mas de vínculo. Considerando esses elementos Brodhag (1999) constata que os *terroirs* preservam as biodiversidades socioculturais. A diversidade dos *terroirs* espalhados pelos países e continentes apresentam origens diferentes ligada a fatores internos e externos dentro de territórios. Por este motivo encontra-se pessoas que afirmam ser *terroir* igual a território. Pensando em resolver a questão pode-se afirmar que *terroir* e território são termos distintos Deffontaines (1998) apresenta dimensões de observação de paisagens para definir *terroir* em 3 escalas:

- A global (primeira escala) - refere-se a uma visão panorâmica envolvendo geomorfologia e formas de ocupação de solo e os contrastes decorrentes. O que permite analisar, por exemplo, os cultivos agrícolas de uma região geográfica que poderiam ser semelhantes a outros locais de produção, mas, são diferentes por conta do *terroir*.
- A parcela dos *terroirs* (segunda escala) - trata de aspectos particulares de conjuntos fisionômicos onde as atividades agrícolas são desenvolvidas. Nesta escala parcelar se observa meio físico, condições e limitações, coberturas vegetais, práticas agrícolas, sistema de produção, sistemas agrários, sistema ecológico, acesso e dinamismo das atividades.
- A unidade de produção (terceira escala) – possibilita a observação dos elementos anteriores de forma mais detalhada e específica com informações que diferenciam o todo de uma propriedade. Isso permite elaborar diagnóstico sobre as práticas utilizadas a partir dos sistemas de culturas e de criações. É nesta escala que se enxerga e se percebe o posicionamento da unidade na visão global.

A análise ajuda a se compreender *terroir* como palavra-noção que representa agro-eco-sistemas distintos que subentendem o diferencial de qualidade de produtos locais onde são preservados modos de produção, tipicidades, respeito pelo ambiente natural e pelas tradições. Portanto, preserva-se o termo *terroir* na grafia original, em francês, para não correr o risco de descaracterizá-lo. Destaca-se que os estudos avançam em discussões semânticas, na busca por traduções equivalentes para o termo em português, sendo que o termo *terroir* é ainda consenso.

O *Terroir* e as Indicações Geográficas (IGs)

As Indicações geográficas estão vinculadas ao *terroir*, sobretudo por conta dos produtos com IG serem produzidos e construídos relacionados com a imagem de um *terroir* – elemento fundamental para conferir o diferencial, acentuar a identidade e tipicidade de produtos que, geralmente, são produzidos por uma comunidade a partir de um saber ou modo de fazer coletivo, distinto daquela região ou do *terroir* (BÉRARD; MARCHENAY, 2004). Apesar do nome as indicações geográficas não colocam em evidência apenas o espaço físico em que são geradas, mas as ligações e manifestações do *terroir* - incluindo os fatores humanos, culturais e naturais.

As IGs são responsáveis por acentuar a valorização do local onde há *terroir* como elemento dinâmico, que possibilitam ações de produção e exploração de matéria prima em áreas geográficas delimitadas. Hinrichs (2000) comenta que não se trata de um “localismo defensivo”, mas da valorização das condições de produção dos lugares. Enquanto Niederle & Vitrolles (2010) ressaltam que as indicações geográficas acabam gerando conhecimento, sobretudo para identificar *terroirs*, o que permite redefinir arranjos produtivos e estruturas organizadas. Nesse contexto concorda-se com Silva, Pollnow & Sacco dos Anjos (2011) quando afirmam que as indicações geográficas potencializam o desenvolvimento das dinâmicas territoriais locais por meio da reconstituição da interconexão entre locais de origem e produtos, (re) territorializando regiões.

Indicar produtos geograficamente a partir do *terroir* não é exclusividade da contemporaneidade, pois se sabe que as indicações

geográficas existem com o desenvolvimento da humanidade. Na Antiguidade fazia-se referência de produtos com lugares de origem, e registros podem ser encontrados em pergaminhos e livros antigos, como a Bíblia Sagrada, onde se encontra indicações de origem como os vinhos de En-Gedi (Cânticos, I, 14) e o cedro do Líbano (Cânticos, III, 9, e Reis, V, 6) (BRUCH, 2008). Mas, a ideia de legalizar as indicações geográficas surge na Europa do século XVII, partindo da necessidade de proteger produtos regionais tradicionais, e torná-los competitivos no âmbito internacional (DRUZIAN & NUNES, 2012).

Lillywhite et al. (2005) consideram a Convenção de Paris, de 1883, a primeira ação internacional legal de proteção da propriedade industrial das Indicações geográficas, sendo seguida do Acordo de Madrid de 1891 - que reprimia indicações falsas; pelo Acordo de Lisboa de 1958 - que permite proteção das Denominações de Origem (Do); e pelo TRIPS de 1958 (Trade Related Aspects on Intellectual Property Rights) - elemento que deixa a IG com os aspectos legais que se conhecem atualmente.

Rocha Filho (2006, pA3) apresenta a IG como uma nomeação oficial dada a certo local onde se origina bens típicos com o mesmo nome, com características peculiares, regionais, que possuem garantia de qualidade e procedência reconhecidas por órgão responsável.

No Brasil a Lei n.º 9.279/1996 é o marco para que as Indicações Geográficas possam ser concedidas e apresentadas em duas modalidades: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO). A Indicação de procedência refere-se ao nome geográfico usado por notoriedade ou reconhecimento a partir da produção, extração, fabricação de produto ou serviço prestado onde a qualidade está associada ao produto/serviço final. A Denominação de Origem, atribui nome geográfico pelas características qualitativas, sendo que os produtos ou serviços precisam estar obrigatoriamente associado a aspectos físicos (clima, solo, água, dentre outros), humanos e culturais do lugar onde se origina o processo de produção ou obtenção do produto.

Beresford (2000) observa que a indicação geográfica se diferencia dos certificados de qualidade e das marcas porque exige que as características ou qualidades do produto sejam atribuídas ao espaço

geográfico onde foi produzido. Basicamente o conceito de indicação geográfica engloba produtos agrícolas, alimentícios ou não (artesanato), gêneros alimentícios e bebidas – todos tendo que apresentar uma ou mais qualidades relacionadas ao espaço geográfico onde foram produzidas. A utilização de Indicações Geográficas apresenta benefícios que podem ser percebidos em quatro dimensões básicas, observadas no Quadro 1:

DIMENSÃO	BENEFÍCIOS
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Preservação da biodiversidade e dos recursos genéticos locais e a preservação do meio ambiente; • Manutenção da população nas zonas rurais; • Geração de empregos; • Vitalidade das zonas rurais (crescimento do turismo); • Satisfação do produtor, orgulho da relação produto e produtor; • Contribuição para a preservação das particularidades e a personalidade dos artigos, que se constituem em um patrimônio de cada região.
Cultural e Social	<ul style="list-style-type: none"> • Inserção de produtores ou regiões desfavorecidas; • Proteção de um patrimônio nacional e econômico: das regiões, do manejo, dos produtos; • Proteção da riqueza, da variedade e da imagem de seus produtos.
Promocional	<ul style="list-style-type: none"> • Garantia de produtos de notoriedade, originais e de qualidade; • Afirmação da imagem autêntica (novos nichos de mercado. Exemplo: Turismo); • Reconhecimento internacional;
Econômica	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento do valor agregado dos artigos; • Incremento do valor dos imóveis da região; • Estímulo aos investimentos na própria zona de produção; • Desperta o desenvolvimento de outros setores.

Quadro 1 – Benefícios das Indicações Geográficas.

Fonte: Adaptado de NASCIMENTO et al. (2012) e KAKUTA et al. (2006).

Além de permitir o desenvolvimento local em vários âmbitos as indicações geográficas utilizadas na atividade turística são mais uma forma de atratividade. Essa possibilidade passa a ser fato quando se

observa a introdução de produtos típicos com IGs ofertados em destinos e roteiros turísticos. (CORRIGIR O QUADRO, QUE ABSORVEU A ÚLTIMA PARTE DO PARÁGRAFO)

Terroir e indicações geográficas no Vale do Rio São Francisco (Bahia e Pernambuco) no Nordeste Brasileiro

No turismo a valorização de produtos tradicionais serve de contraposição ao produtivíssimo industrial do campo proporcionando desenvolvimento local (TIBÉRIO; CRISTÓVÃO, 1998). Caldentey e Gómez-Muñoz (1996) observam que a valorização de produtos tradicionais está ligada, primeiramente, a perda de competitividade das zonas agrícolas; ao crescente interesse de consumidores por produtos naturais (onde se encontra o *terroir*); necessidade de mercados diferenciados; e, políticas que promovem o desenvolvimento local em meios rurais. A possibilidade de envolver produtos tradicionais ou típicos encontrados no mercado turístico desenvolve nichos para trabalho com exclusividade de produtos típicos vinculados ao turismo rural, gastronômico, ecogastronômico, enoturismo, enogastronômico e gourmand.

A visibilidade que os produtos típicos ganham na atividade turística ao longo do tempo ocasiona desenvolvimento de estudos que mostram parâmetros capazes de identificar produções agroalimentares como sinônimo de típicos, da terra, tradicionais, caseiros, artesanais cujas particularidades incluem aspectos, simbologias e costumes de comunidades (TIBÉRIO; CRISTÓVÃO, 1998). É nesse contexto que se observa a presença do terroir e das indicações geográficas como elemento que confere ao turista credibilidade e confiança nos produtos consumidos pela origem histórica e geográfica, indicadores de procedência ou de origem e modos de produção dos produtos, ou seja: ingredientes avulsos, bebidas, queijos e preparações culinárias, também chamadas de receitas ou pratos típicos.

Receitas típicas enquadram-se no que a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) qualifica como patrimônio cultural imaterial, por se tratar de conhecimentos, práticas e representações consideradas por grupos como parte de sua

herança cultural, transmitida de geração a geração, para promover um senso de identidade e continuidade. O termo prato típico, por exemplo, geralmente, representa um tipo de comida ou de bebida tradicionalmente preparadas e consumidas em uma região, onde se observa uma ligação com a história da sociedade ou grupo que a degusta e a integra num panorama cultural que extrapola o prato em si. Cada prato típico acaba reforçando a identidade de um povo, tornando-se uma espécie de insígnia local. Este fato ganha devida importância no contexto turístico. (COSTA; SANTOS, 2011, p.123)

Costa (2008) argumenta que alimentos e bebidas são elementos indispensáveis na cadeia produtiva do turismo. Deixam de ser apenas elementos que suprem necessidades básicas para alimentação do homem e configuram listas de atrativos utilizados no turismo nos momentos de lazer e entretenimento. O uso do *terroir* e das indicações geográficas é observado principalmente com o aparecimento do regionalismo na atividade turística, contrapondo-se com a globalização. Sobretudo quando se observa a demanda turística por locais que produzam e sirvam produtos e pratos étnicos, regionais, específicos e preparados da forma como os ancestrais do lugar o faziam no passado. O turismo enogastronômico se enquadra perfeitamente nestes quesitos.

O turismo enogastronômico é identificado pela disposição do turista em se deslocar para outro lugar a fim de alcançar e entender a cultura do destino (re)conhecido pela produção agroalimentar (alimentos e bebidas, sobretudo o vinho); o que permite entrar em contato direto com produtos e produtores, visitar áreas destinadas à preparação da matéria-prima e embalagem posterior, degustar *in loco* o que é produzido e, eventualmente, adquirir as especialidade para, em seguida, voltar para casa (CROCE & PERRI, 2008; GOBBI, 2011). A carga identitária dos produtos, a qualidade e denominação de origem influenciam diretamente o desenvolvimento do turismo enogastronômico, sobretudo quanto a tipicidade. Sendo esse conceito básico para o entendimento da importância dos produtos que utilizem o *terroir* e indicações geográficas para se promoverem no turismo enogastronômico: qualidade, diferenciação e território.

O conceito qualidade apresenta a excelência do produto,

equivale a um conjunto de propriedades que permite fazer, ao mesmo tempo, a identificação do produto com a distinção de outros. O fato é analisado pela mercadotecnia como determinante da qualidade e aptidão de funcionalidade do produto (STANTON e FUTRELL, 1989; NICOLÁS E VALCESCHINI, 1993; RIVERA, 1995).

Trata-se de um conceito dinâmico, relativo e subjetivo que trabalha a percepção de produtos de “boa qualidade” pelos consumidores (CÓRDOBA; TORRES, 1990). Consequentemente a percepção da qualidade introduz o conceito de diferenciação, seja por meio da apresentação dos produtos, bens ou pela imagem percebida pelo consumidor. Consequentemente, indica o território como o responsável por esses diferenciais (CALDENTEY; GÓMEZ-MUÑOZ, 1996, p.59).

Fato importante sobre essas compreensões é apresentado por Costa (2008): o desenvolvimento da atividade turística e relações sociais acabam afirmando hábitos tradicionais da comida nos locais de turismo, fazendo que fornecedores de alimentos sintam necessidade de aprender e fabricar pratos tradicionais para que o turista possa apreciar e conhecer, por meio do paladar os hábitos alimentares da região visitada. (COSTA, 2008). Assim o *terroir* e as indicações geográficas são utilizados para promover o que Bérard e Marchenay (2000) denominam de ligação de identificação com o espaço e com o tempo, por meio de alimentos e bebidas típicos, ligação fundamental para atrair o turista enogastronômico.

Barjolle, Boisseaux e Dufor (1998) comentam que um produto que traz consigo uma carga histórica comprovada, sendo produzido em comunidade e cercado de conhecimento transmitido pelo tempo são produtos que se tornam bens do patrimônio local. Assim, produtos ganham visibilidade e são facilmente identificados como típicos pelos turistas. E vão além, no instante que transcendem o caráter de produção típica e ganham status de bem patrimonial, quando a noção do *terroir* e o uso das indicações geográficas servem para compor a identidade dos alimentos e bebidas típicos e lhes oportunizar o referido status.

O turismo enogastronômico apresenta destinos e rotas especializados e assim permite a aproximação direta com turistas/

consumidores com a produção do *terroir*; melhoria na qualidade dos serviços e produtos oferecidos, uso de certificações de qualidade por meio de indicações geográficas, indicações de procedência e denominação de origem, desenvolvimento e divulgação dos destinos turísticos a partir de *terroirs* e produtos típicos.

Para responder a demanda do turismo enogastronômico a cadeia produtiva alimentar e o setor vitivinícola encontrados no agronegócio, tem-se acompanhado as mudanças do mercado e enfrentado à competição oferecendo produtos com origem geográfica reconhecida nos segmentos de especialidades.

Nesse contexto, Barham (2003) observa que o uso do *terroir* serve como garantia do espaço natural, que combinado com hábitos, tradições e habilidades humanas, práticas naturais ou como dizem os franceses, “*savoir faire*” tipificam o produto e influenciam na produção. O fato oportuniza a preservação de elementos tradicionais presentes no espaço, mobilização de recursos produtivos diversos, estratégias de produção gerando negócios, tecnologias e surgimento de novos segmentos.

No entanto, no Brasil, a presença da atividade turística enogastronômica ainda incipiente, começa a ser modificada. Dados extraídos de estudos realizados pelo Ministério do Turismo brasileiro (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2013) apontam que a gastronomia brasileira agrada a 89% dos turistas brasileiros e 97% dos turistas estrangeiros, sendo a gastronomia base da estrutura do turismo para lazer e negócio, e já começa a ser incorporada aos destinos, mas ainda há muito para aperfeiçoá-la.

Os distintos hábitos alimentares das regiões brasileiras, por exemplo, expõem o poder da diversidade gastronômica que um país é capaz de oferecer aos seus visitantes. Isso faz da gastronomia uma atividade que conecta a sociedade com os seus elementos culturais para fortalecer as tradições da elaboração e das formas de preparos de alimentos e bebidas, tornando-os pratos e bebidas típicas, que se configuram como fortes atrativos turístico-culturais os quais motivam à visitação dos curiosos – pelo fato de serem bebidas e pratos diferenciados dos que são comumente consumidos no dia-a-dia. (COSTA 2008).

A gastronomia pode formar elo com a vitivinicultura e, juntos, apresentarem melhor exploração de possibilidades para o uso do *terroir* e das indicações geográficas no turismo. Essa possibilidade traz resultados, como mostra dados do Ministério do Turismo do Brasil (2009), na última pesquisa sobre hábitos de consumo do turismo brasileiro, realizada por amostragem de 2.322 turistas brasileiros maiores de 18anos, que assinala:

- 5,8% apontam a gastronomia como um aspecto positivo da viagem;
- 2,7% apontam a gastronomia como principal motivação de viagem;
- A ida a bares/restaurantes aparece em segundo lugar no quesito atividades realizadas nas viagens;
- O gasto médio do turista com alimentos e bebidas é de R\$ 390, 31.

Em relação ao vinho, as regiões vitivinícolas brasileiras estão divididas entre oito Estados brasileiros, cujas respectivas zonas produtoras estão descritas a seguir conforme apresentação de Flores (2012):

- Rio Grande do Sul - Serra Gaúcha, Campanha Gaúcha, Santa Maria (Quarta Colônia e Vale Vêneto), Serra do Sudeste (Encruzilhada do Sul e Pinheiro Machado), Região Metropolitana – Porto Alegre, Ilha dos Marinheiros – Rio Grande, Alto Uruguai.
- Santa Catarina - Vale do Rio do Peixe (Pinheiro Preto, Tangará, Videira, Treze Tílias, Água Doce), Serra catarinense (Lages e São Joaquim), Vales da uva Goethe (Urussanga) e Nova Trento.
- Paraná - Norte (Marialva e Maringá), Bituruna, Colombo, Região Metropolitana (São José dos Pinhais), Santa Felicidade – Curitiba, Campo Largo, Piraquara e Toledo.
- São Paulo - São Roque, Circuito das Frutas, São Carlos e Espírito Santo do Pinhal.

- Minas Gerais – Andradas
- Espírito Santo - Região da Pedra Azul e Santa Teresa
- Vale do Rio São Francisco (Bahia e Pernambuco) - Eixo de Petrolina e cidades dos arredores.

A presença desses Estados na produção vitivinicultora brasileira evidencia expansão das regiões vinícolas brasileiras que não se limitam mais ao Sul do país. Evidencia ainda que os produtores brasileiros estão incorporando a noção de importância do terroir para a fabricação de vinhos regionais brasileiros. Sabe-se que o uso de indicações geográficas para vinhos brasileiros ainda é limitado desde 11 de setembro de 2012 o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) deferiu o registro da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, garantindo, assim, a primeira Denominação de Origem (DO) para os vinhos brasileiros na história, conforme IG200002 Vale dos Vinhedos - BR/RS - Vinhos: tinto, branco e espumante - Indicação de Procedência. O Brasil conta com mais duas Indicação de Procedência concedidas pelo INPI para vinhos brasileiros, são elas: IG201009 Vales da Uva Goethe - BR/SC - Vinho de Uva Goethe; BR402012000002-0 Altos Montes - BR/RS - Vinhos e espumantes (INPI, 2014).

A importância das indicações geográficas para a vitivinicultura diz respeito diretamente a economia e a qualidade do produto. Ruschel (2014), baseado nos dados do Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin), deixa claro essa ideia, quando apresenta dados sobre esse setor, afirmando que:

- O crescimento das exportações de vinhos brasileiros engarrafados em 2014 cresceu 375,5% em valor comercializado, em relação ao mesmo período de 2013;
- O montante de US\$ 5,75 milhões contabilizados em vinhos e espumantes engarrafados equivale a 4,5 vezes o total exportado de janeiro a abril do ano passado e supera em 6,6% o total exportado em todo o ano 2013. Sobretudo quando se sabe que a economia brasileira cresceu apenas 0,21% no primeiro trimestre de 2014;

- O aumento do valor médio por garrafa exportada, que passou de US\$ 3,32 para US\$ 4,02, representando alta de 21%;
- Os mercados compradores de vinhos brasileiros que se destacaram neste primeiro quadrimestre foram o Reino Unido, que multiplicou em 29 vezes o valor importado do Brasil, a Bélgica, que registrou alta 51 vezes maior, a Alemanha, que incrementou o resultado em 6,5 vezes, a Holanda, com 99,5 vezes o montante do período anterior, e o Japão, que multiplicou o desempenho em 14 vezes.
- Resultados econômicos são muito bem-vindos, mas em uma taça de vinho, cerca de 70% do produto está fora da taça: é o que se chama de cultura do vinho.

Esses fatos levam a compreensão de que houve abertura do mercado internacional para o vinho de *terroir* brasileiro ou o *terroir* brasileiro está se abrindo para o mercado internacional? O percurso ganha visibilidade quando o *terroir* é apresentado na atividade turística, permitindo o visitante descobrir a existência de mais recursos turísticos encontrados com a experiência do *terroir*, sobretudo no turismo enogastronômico, onde vinho e comidas típicas são elementos indispensáveis.

Vandecandelaere (2003) registra que marketing de boca a boca é fundamental para melhorar a qualidade de vinhos produzidos em locais que valorizam o *terroir*. Isso aumenta a aquisição de vinhos pelos turistas, desenvolve rotas, influencia diretamente não só na divulgação dos vinhos, mas na qualidade deles e do lugar onde são produzidos. O impacto da observação oportuniza a necessidade emergente de se compreender melhor o uso do *terroir* e as indicações geográficas no turismo.

Conclusões

As possibilidades de fazer turismo estão cada vez maiores, sobretudo quando se considera a existência das segmentações do mercado turístico. Embora algumas segmentações apresentem característica inovadora, sabe-se que muitas estão concentradas em

um ou mais segmentos na mesma atividade. É o caso do turismo enogastronômico que agrega, além das tradições culinárias, cultura e a identidade de um destino, atividades ligadas ao setor de produção agroalimentar e a viticultura e diversas manufaturas. Com a junção dos três elementos surgem produtos e/ou serviços para enriquecer o mercado turístico.

O turismo enogastronômico é compreendido como experiência de viagem com motivação gerada a partir da existência de produtos com forte carga de identidade cultural e geográfica valorizando produtos típicos. Aparentemente, para leigos, o turismo enogastronômico ocorre em vários locais: desde restaurante urbano, a sala de refeições de fazenda, vinícolas, chalés em montanha ou mesmo em um navio. Mas os registros geográficos não ficam ocultos no processo de fabricação dos produtos e têm visibilidade quando a atividade turística usa o *terroir* e as indicações geográficas para desenvolver destinos enogastronômicos.

O *terroir* se afirma como elemento de aprimoramento técnico produtivo resultante da dinâmica interativa entre territórios, cultura e produção local. Portanto, é explorado como diferencial na atividade turística enogastronômica. Pois se trata de um recurso estratégico que ressalta o diferencial de um destino turístico e transforma produtos tradicionais que possuem indicações geográficas nos atrativos turísticos.

No Brasil, o turismo enogastronômico apresenta-se como opção adequada para a utilização do *terroir* e das indicações geográficas na atividade turística. Entretanto, a quantidade de indicações geográficas brasileiras ainda é diminuta, bem como a presença na atividade turística - considerando que o uso do *terroir* e das indicações geográficas é prática recente no território brasileiro.

Porém, faz-se necessário maior conhecimento e interesse por este campo de pesquisa no Brasil, levando em conta as possibilidades para o uso do *terroir* e das indicações geográficas no turismo: abertura de novos mercados; diferenciação do produto turístico; melhoria da qualidade do produto; organização dos produtores locais para um bem comum; preservação da cultura local; retorno financeiro; valorização e desenvolvimento regional; satisfação dos consumidores sejam ou não turistas.

Bibliografia Consultada

AURIER, P.; FORT, F.; SIERIEX, L. [2005]. Exploring terroir products meanings for the consumer. **Anthropology of Food**, n. 4. Disponível em: <http://aof.revues.org/document187.html>>. Acesso em: 13 mar. 2011.

BARBOSA, A. C. F. **Da uva de mesa ao vinho à mesa, o enoturismo como estratégia competitiva**. In: Congresso Brasileiro de Sociologia, XIV, 2009, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro. XIV Congresso Brasileiro de Sociologia, 2009.

BARJOLE, D.; BOISSEAUX, S.; DUFOUR, M. **Le lien au terroir**. bilan des travaux de recherche. Confiancé par l'Office Fédéral de l'Agriculture, lausanne, p. 1-33, 1998. Disponível em: < http://www.aop-igp.ch/_upl/files/Lien_au_terroir.pdf >. Acesso 20/05/1014.

BARHAM, E. **Translating terroir**: the global challenge of French AOC labeling. *Journal of Rural Studies*. New Yourk, v 19, p. 127-138, jan. 2003. Disponível em: < <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.202.5950&rep=rep1&type=pdf> >. Acesso em 20/05/14.

BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. **Le Vivant, le Culturel et le Marchand**: Les Produits de Terroir. In: *Autrement*, No. 194, Vives Campagnes: Le Patrimoine Rural, Project de Société, pp. 191-216. 2000. Disponível em: < <http://www.ethno-terroirs.cnrs.fr/IMG/pdf/Levivant.pdf> >. Acesso em 20/05/2014.

BERESFORD, L. **The protection of geographical indications in the United States of America**. In: SYMPOSIUM ON THE INTERNATIONAL PROTECTION OF GI. WIPO, Anais. Geneva, p. 39-50, 2000.

BLUME, R. **Explorando os Recursos Estratégicos do Terroir para a Viticultura Brasileira**. Tese (Doutorado em Agronegócio) – Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios. Programa de Pós-Graduação em Agronegócios. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 360 f. 2008.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Guia para a solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários. 2008. Disponível em: < http://www.agricultura.gov.br/pls/portal/docs/PAGE/MAPA/SERVICOS/IG_PRODUTOS_AGROPECUARIOS/CONSTRUINDO_AS_IG/GUIA%20IG%20FINAL_0.PD >. Acesso realizado em: 01/11/2013.

BRODHAG, C. **Pour une labélisation internationale des terroirs:** outils de développement durable. 1999. disponível em: < <http://www.agora21.org/terroir/terroir> >. Acesso em 07/05/14.

BRUCH, K.L. Indicações geográficas para o Brasil. **Jornal A Vindima** - O Jornal da Vitivinicultura Brasileira, Flores da Cunha: Século Novo, p.16-17, jun/jul. 2008.

CALDENTEY, P.; GÓMEZ-MUÑOZ, A.C. **Productos típicos, territorio y competitividad.** Agricultura y Sociedad. Madrid, n; 80/81, p. 57-82, Jul./Dec. 1996. Disponível em; < http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_ays%2Fa080_03.pdf >. Acesso em 20/05/2014.

CÓRDOBA, J. L.de; TORRES, J. M. **Teroria y aplicaciones del marketing.** ed. Deusto. Bilbao. 1990.

CORIOLOANO, L.N. **Região e Territórios à luz de Resistências e Solidariedade.** ETUR. Disponível desde 18/06/2005 em: < <http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=7278>>. Acesso em: 28/05/2014.

CORIOLOANO, L. N.; SAMPAIO, C.A.C. Territórios solidários latino americanos e turismo comunitário no rebatimento aos megaempreendimentos transacionais. **XII COLOQUIO INTERNACIONAL DE GEOCRÍTICA 2012.** las independencias y construcción de estados nacionales: poder, territorialización y socialización, siglos XIX-XX. Bogotá, 7 al 11 de mayo, 2012. Disponível em: < <http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2012/actas/09-L-Coriolano.pdf> >. Acesso em: 28/05/2014.

COSTA, E. R. C. **Gastronomia: uma sedução para o turismo.** Revista Virtual Partes, 20 de setembro de 2008. Disponível em: <<http://www.partes.com.br/turismo/gastronomico/gastronomia01.asp> >. Acesso em 20/05/14.

- COSTA, E. R. C.; SANTOS, M. S. F. **Gastronomia: do cotidiano para o turismo**. In: Educação Tecnológica: teoria e prática do turismo, da hospitalidade e do lazer. Mota e Aragão [orgs.] Fortaleza-Ce. Expressão Gráfica e Editora, p.119-135. 2011.
- CROCE, E., PERRI, G. “**Il turismo enogastronomico progettare, gestire, vivere l’integrazione tra cibo, viaggio, territorio**”, Franco Angeli, Milano, 2008.
- DEFFONTAINES, J. P. **Les sentiers d’un Géoagronome**. Paris: Éditions Arguments, 1998.
- DELOIRE, A.; FERRER, M.; CARBONNEAU, A. **Respuestas de la viña al terroir**: elementos para un método de estudio. Agrociencia, Texcoco, v.7. n.1. p.105-113., 2003.
- DIAS, P.P; VITAL, T.W. **O Desenvolvimento do Enoturismo no Vale do São Francisco: um segmento em expansão**. Turismo em Análise, v. 23, n. 3, 2012. P. 643-662.
- DRUZIAN, J.I; NUNES, I.L. **Indicações geográficas brasileiras e impacto sobre bens agrícolas e/ou agroindustriais**. Revista GEINTEC – ISSN: 2237-0722. São Cristóvão/SE – 2012. Vol. 2/n.4/ p.413-426.
- FLORES, M. A. D; FLORES, A. **Diagnóstico do enoturismo brasileiro: um mercado de oportunidades**. Brasília, DF: SEBRAE; Bento Gonçalves, RS: IBRAVIN, 2012.
- GEORGE, P.; VERGER, F. **Dictionnaire de la géographie**. Paris: Presses Universitaires de France, 1990.
- GOBBI, F. **Il turismo enogastronomico**: i profumi e i sapori della Parigi “gourmande”, Programma Erasmus LLP IP Valortur Parigi/ Corso di Laurea Triennale in Economia del Turismo. Università degli Studi di Bologna - Polo di Rimini. 2011. Disponível em: < <http://www.centri.unicas.it/content/download/4171/22651/file/gobbi%20FINALE.pdf> >. Acesso em: 20 mar. 2014.
- HINRICHS, C. C. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. **Journal of rural studies**, v.16, p.295-303, 2000.

INPI. Indicações Geográficas reconhecidas. **Lista de IGS nacionais e estrangeiras registradas no Brasil atualizada em 08/04/2014.**

Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/images/docs/lista_com_as_indicacoes_geograficas_concedidas_-_31-12-2013.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2014.

KAKUTA, Susana Maria. SOUZA, Alessandra L.L. da ET. AL. **Indicações geográficas: guia de respostas.** Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

LILLYWHITE, J.; ALLISON, C.; RODRIGUEZ, G. **Regional branding in a global market place.** New Mexico, Chile Task Force. Report 21. 2005. Disponível em: <http://www.cahe.nmsu.edu/pubs/research/horticulture/CTF21.pdf>. Acesso em 07/05/14.

MALAFAIA, G.C.; AZEVEDO, D.B.; BARCELLOS, J.O.J. **Terroir, empreendedorismo e mecanismos de coordenação na pecuária de corte.** Revista Brasileira de Zootecnia, v.40, p.213-221, (supl. especial), 2011.

MINISTÉRIO DO TURISMO (BRASIL). **A importância da gastronomia para o turismo brasileiro** - Cidades conhecidas pelos esportes de aventura, pela história e arquitetura apostam na culinária para atrair o turista o ano todo. 2013. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20130814.html>. Acesso em 20/05/14.

MINISTERIO DO TURISMO (BRASIL). **Hábitos de consumo do turismo brasileiro.** Julho de 2009. Disponível em: < http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/noticias/todas_noticias/Noticias_download/13.11.09_Pesquisa_Hxbitos_2009.pdf >. Acesso em 20/05/14.

NASCIMENTO, J.S.; NUNES, G.S. BANDEIRA, M.G.A. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. **Revista GEINTEC.** São Cristóvão/SE – 2012. Vol. 2/n.4/ p.378-386.

NICOLÁS, F.; VALCESCHINI, E. **Agroalimentaire er qualité.** Questions aux sciences sociales. Economie Rurale, n 217, p. 5-11. 1993.

NIEDERLE, P. A., VITROLLES, D. **Indicações Geográficas e qualificação no setor vitivinícola brasileiro.** Estudos Sociedade e

Agricultura, Rio de Janeiro, v. 18, p. 5-55, 2010.

RIVERA, L. M. **Gestión de la calidad agroalimentaria**. Mundi-Prensa. Madrid. 1995.

ROCHA FILHO, S.A. **A importância das indicações geográficas**. Gazeta mercantil, São Paulo, p.A3, fev. 2006.

RUSCHEL, R. **Exportação brasileira de vinhos engarrafados quadruplica nos primeiros 4 meses de 2014**: um brinde a isso.2014. Disponível em: < <http://invinoviajas.blogspot.com.br/2014/06/exportacao-brasileira-de-vinhos.html> >. Acesso em 02/06/14.

SILVA, F. N., POLLNOW, G. E.; SACCO-dos-ANJOS, F. **Signos distintivos**: a evolução das indicações geográficas no Brasil. In: XIII ENPOS - UFPEL, 2011.

STANTON, W.J.; FUTRELL, Ch. **Fundamentos de Mercadotecnia**. McGraw-Hill. México DF. 1989.

TIBÉRIO, M.L; CRISTÓVÃO, A. A origem como factor de qualidade dos produtos agrícolas e agro-alimentares: o caso dos produtos beneficiários da Protecção Comunitária “Denominação de Origem Protegida” em Trás-os-Montes. In: JORNADAS PROFISSIONAIS AGRO-ALIMENTARES “PRODUTOS COM HISTÓRIA”M 1., 1998, **Anais... Mirandela**: Siner, 1998. Disponível em: < <http://www.origin-food.org/pdf/partners/tibori.pdf> >. Acesso em 20/05/2014.

TONIETTO, J. **Afinal, o que é Terroir?** Bon Vivant, Flores da Cunha, v. 8, n. 98, p. 08, abr. 2007. Artigo de mídia publicado no Jornal Bon Vivant e disponibilizado no site da Embrapa Uva e Vinho, disponível em: <http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos> >. Acesso realizado em 07/05/14.

VALEXPORT. **Há 19 anos unindo forças para o desenvolvimento do Vale do São Francisco e da fruticultura brasileira**. [S.l.], [2000].

VANDECANDELAERE, E. Des reseaux territoriaux comme outil de promotion de produits de qualité: l’analyse des “routes des vins” en languedoc roussillon. Mendoza et Westerm Cape. In: COLLOQUE SYAL, 2, Montpellier. **Anais... Montepellier**: [s.n]; 2002. 1 Cd-

ROM.

VINHOVASE. **Instituto do Vinho do Vale do São Francisco**. Nota técnica. Disponível em: <<http://www.vinhovaf.com.br/site/internas/valetecnico.php>>. Acesso em: 10/10/2014.

VITAL, T. W. Vitivinicultura no Nordeste do Brasil: situação recente e perspectivas. **Revista Econômica do Nordeste**, vol. 40, n. 3, p. 499-524, 2009.

ZANINI, T. V.; ROCHA, J. M. O Enoturismo no Brasil: um estudo comparativo entre as regiões vinícolas do Vale dos Vinhedos (RS) e do Vale do São Francisco (BA/PE). **Revista Turismo em Análise**, vol. 21, n.1, p. 68-88, 2010.

COMPETITIVIDADE TURÍSTICA NO NORDESTE: FORTALEZA E JIJOCA DE JERICOCOARA – CE

Laura M. Marques Fernandes¹⁰⁴

Luzia Neide Coriolano¹⁰⁵

Introdução

A regionalização e a competitividade são pilares da política do turismo no Brasil. A regionalização é técnica de delimitação geográfica e política creditada como meio para o alcance de competitividade. Globalização e regionalização são escalas de análise que se entrecruzam e subsidiam políticas territoriais que adotam o conceito de região, entre elas, a política nacional de turismo. Globalização e criação de espaços regionais configuram-se simultaneamente, assim homogeneização e diferenciação caminham juntas, pois ao mesmo tempo em que se promove padronização, emerge a valorização do local, do regional por diversas razões, inclusive, para valorização no mercado. Daí porque “na conjuntura política atual, o interesse por regiões e pela técnica de regionalizar espaços geográficos predomina na realidade nacional como forma de inserir lugares na dinâmica do mercado global.” (CORIOLANO, 2009, p.82). No cenário de globalização busca-se viabilização econômica e competitividade das regiões. Regionalização é estruturar espacialmente territórios com intervenções políticas para realizar gestões integradas e participativas. As políticas públicas mediadas por regionalizações administrativas aplicadas na gestão pública facilitam ações de governos, empresas além do terceiro setor e sociedade.

104Doutora em Geografia pela Universidade Estadual do Ceará - UECE. Mestre em Turismo pela Universidade Paris 1, Pantheon Sorbonne e Mestre em Gestão de Negócios Turísticos pela UECE. Graduada em Letras e técnica em Turismo. Prof^{fa} do Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos da UECE e da Faculdade Ateneu. E-mail: lauralucas66@hotmail.com.

105 Prof^{fa} Associada do PROPGEIO da Universidade Estadual do Ceará. Doutora em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe e Pós-Doutorado na Universidade Regional de Blumenau /FURB. Coordenadora Adjunta do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da UECE. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq, 1D. E-mail: luzianeidecoriolano@gmail.com.

O Estado detentor de poder articulador e regulador atua construindo infraestruturas, os chamados fixos que promovem os fluxos e mobilidades espaciais, e atribuindo funções, dessa maneira, estabelece regionalizações nas políticas públicas. Entre as diretrizes que orientam a regionalização no turismo enfatiza-se a competitividade. Uma das estratégias do Plano Nacional do Turismo 2013-2016 é melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro, sendo meta elevar para 70 pontos o índice médio de competitividade turística nacional até 2016.

Neste estudo interpretam-se documentos oficiais à luz de reflexões críticas para compreensão da proposta de competitividade no âmbito da política nacional de regionalização do turismo. As críticas são no sentido de “compreender, construir, interpretar e produzir sentido, novo significado do objeto de estudo em questão, pois nada é dado que não deva ser e possa ser superado” (PANOSSO NETTO; CASTILLO NECHAR, 2014, p. 134). Desse modo, ao se discutir e problematizar o tema competitividade apresentado no Plano Nacional de Turismo e documento Índice de Competitividade do Turismo Nacional relaciona-se com destinos cearenses inseridos no mercado turístico.

Competitividade na política nacional de regionalização do turismo

Região tem sido recorte privilegiado da política nacional de turismo e o lançamento do Programa de Regionalização – PRT confirma a importância dessa instância espacial mais abrangente que município. Assim ao serem definidas as regiões turísticas e as instâncias de governança regionais é reordenado o território e atribuições, em especial a de coordenação no Programa de Regionalização nas Unidades da Federação. O pressuposto estabelecido é que as regiões proporcionariam integração de municípios menos beneficiados por políticas públicas. Contudo, o Ministério do Turismo – MTur, em seguida, lança o projeto destinos indutores do desenvolvimento turístico regional, selecionando 65, estabelece o município como referência territorial. Assim destino indutor é escala local que interage regionalmente. Em todo o país, mas não em todas as regiões turísticas, são indicados destinos indutores do desenvolvimento turístico regional definidos como:

Aqueles que dispõem de infraestrutura básica e turística e atrativos qualificados, que se caracterizam como núcleo receptor e/ou distribuidor de fluxos turísticos, capazes de atrair e/ou distribuir significativo número de turistas para o entorno e dinamizar a economia do território em que estão inseridos. (MTur, 2012, p.23).

Uma das ações do Projeto 65 destinos indutores foi identificar a competitividade desses lugares e para isso foram elaborados relatórios de competitividade dos destinos. O Ministério definiu a metodologia para chegar ao índice de competitividade dos destinos indutores em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE Nacional e a Fundação Getúlio Vargas – FGV. Em Bauman (1996, p.49) que assinala novidades na globalização, pode-se entender melhor a ação do estado: “a ênfase no fato de que toda a orientação da ação do Estado e dos demais agentes deve estar orientada para tornar possível a manutenção de níveis internacionais de competitividade em termo sistêmicos”.

Assim para desenvolver os estudos sobre competitividade, o MTur, SEBRAE e FGV se baseiam na Teoria dos Recursos “segundo a qual os recursos devem gerar produtos ou serviços que possam ser colocados no mercado ou que permitam a criação de estratégias que proporcionem melhores performances” (MTur; FGV; SEBRAE, 2014). Dessa forma, competitividade é considerada “a capacidade crescente de gerar negócios nas atividades econômicas relacionadas com o setor de turismo, de forma sustentável, proporcionando ao turista uma experiência positiva” (MTur, 2012, p.54).

Competitividade remete aos ideais neoliberais. As políticas neoliberais baseiam-se em orientações e condições combinadas como atratividade, adaptação, flexibilidade e competitividade com a finalidade de inserir os países “na dinâmica do capitalismo contemporâneo, marcada pela busca de rentabilidade do capital por meio da reestruturação produtiva e da mundialização” (BEHRING, 2003, p.59). Portanto, são políticas que se voltam à reprodução do

capital e não, prioritariamente, ao atendimento de necessidades sociais da população, como pensam algumas pessoas. Esclarece Santos (2009, p.57):

A necessidade de competir é legitimada por uma ideologia largamente aceita e difundida, na medida em que a desobediência às suas regras implica perder posições e, até mesmo, desaparecer do cenário econômico. Criam-se, desse modo, novos 'valores' em todos os planos, com uma nova 'ética' operacional face aos mecanismos da globalização.

Na visão de Becker (1996) a competitividade enquanto processo de diferenciação, não se limita à dimensão econômica, envolve também a dimensão social, cultural e política, portanto, não é processo de igualação, nem destruição. É processo de construção de vantagens competitivas que resulta em transformações econômicas, sociais, políticas, culturais, tecnológicas, ambientais favoráveis à reprodução da vida, dos negócios e do capital. Mas considera também que transformar a força de trabalho em cidadãos atuantes contribui para fazer face à globalização, fortalecer o local e fortalece a competitividade entendida como imposição do processo de "globalização econômica (produtiva, financeira, mercado) que se define no conceito de competitividade, em direção dada pelo processo econômico liderado pelos grandes conglomerados mundializados" (1996, p.12). Orientação seguida por nações, regiões, organizações, instituições e políticas de turismo.

O turismo desenvolvido em uma escala menor, ou com equipamentos em escala menor e com proprietários locais (pousadas pequenas, pousadas domiciliares) não exclui estratégia competitiva de posicionamento no mercado, porém contribui para que a riqueza gerada seja distribuída localmente. Muda a relação entre cooperação e competição como explica Harvey (2004, p.277-278) pode-se organizar a competição "de outra maneira e com fins e metas distintos." Trata-se de modificar a organização voltada à competição para voltada à colaboração. Harvey (2004, p.278) esclarece que "todas as espécies podem afetar a evolução subsequente por meio de seu próprio

comportamento [...] podem fazer opções ativas e, por meio de seu comportamento, alterar as condições físicas e sociais com que seus descendentes terão de lidar”.

Ser competitivo é relacional, um destino é competitivo em relação a outros, a competitividade exige levar em conta o ambiente interno, daí a necessidade de fazer “o dever de casa”, mas exige olhar para fora do destino. Contudo, existem fatores que não dependem do controle da gestão do destino, são fatores externos. Cuba, por exemplo, país que em meio aos condicionantes políticos tira proveito do turismo, foi favorecida pela diminuição das restrições para realizar turismo que influenciou no aumento de número de americanos visitando a ilha nos últimos anos. O país recebeu aproximadamente 98 mil americanos em 2012, em 2007 esse número foi de apenas 40.520,4, ou seja, uma questão política que ao ser alterada beneficiou o destino turístico.

Ferraz (1997, p. 3) define competitividade como “a capacidade da empresa formular e implementar estratégias concorrenciais, que lhe permitam ampliar ou conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável no mercado.” A concepção de Ferraz (1997) se explica a partir do processo de concorrência. (FERRAZ, 1997, p. 3). A concorrência se estabelece a partir de uma rede, ou seja, mais de um elemento. Ao definirem competitividade Mota; Viana e Anjos (2013, p.31) enfatizam que a população deve ser beneficiária da competitividade e a definem como:

A capacidade dos destinos em prover bens e serviços que satisfaçam as necessidades de seus visitantes, por um preço justo, promovendo sua manutenção no mercado, através da contribuição com a sustentabilidade (econômica, ambiental, sociocultural e política) e com a melhoria da qualidade de vida da população local.

Na política nacional de turismo a busca de competitividade no âmbito da regionalização credita aos destinos indutores do desenvolvimento turístico regional a capacidade de promover ambiente de criação de negócios. O primeiro estudo de competitividade foi

realizado em 2008, denominado *Estudo de Competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional – Relatório Brasil*. A avaliação leva em consideração conceitos do Índice de Competitividade do Fórum Econômico Mundial, que avalia diversas dimensões do setor em escala global. O relatório teve título alterado para *Índice de Competitividade do Turismo Nacional – Destinos indutores do desenvolvimento turístico regional. Relatório Brasil*.

Após a elaboração do primeiro relatório, em 2008, e resultados entregues aos prefeitos municipais, secretários e representantes locais nos Seminários de Competitividade realizados nos destinos indutores houve a institucionalização de grupos gestores dos destinos para realizar as seguintes atribuições e ideias:

- Desenvolvimento e articulação com representantes do poder público, iniciativa privada e terceiro setor, com o intuito de executar as ações propostas por ocasião de Seminário de Competitividade;
- Garantia da existência de grupo local para manter a continuidade da ação; e,
- Levantamento dos demais projetos em desenvolvimento ou em fase de proposição no município, para verificação das ações propostas já foram solicitadas, de forma a direcionar os esforços para execução.

Dando sequência ao trabalho foram elaboradas com representantes dos grupos, a partir dos resultados do relatório, as listas das ações prioritárias. Essas ações balizam o trabalho dos grupos gestores, pois perseguir essas ações será o caminho para melhorar a competitividade dos destinos indutores responsáveis também por induzir o desenvolvimento regional.

O índice vem sendo elaborado anualmente, com exceção do ano de 2012, e representa avanço no conhecimento do turismo no Brasil. O índice de competitividade mensurado nos 65 destinos indutores do desenvolvimento do turismo regional desenvolvido na regionalização envolve a estratégia de melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro e estruturação dos destinos

turísticos previstos no Plano Nacional do Turismo 2013-2016.

A competitividade do turismo brasileiro é medida pelo índice de competitividade que leva em conta 13 dimensões, que por sua vez, são compostas por variáveis. São dimensões: infraestrutura geral, acesso, serviços e equipamentos turísticos, atrativos turísticos, marketing e promoção, política pública, cooperação regional, monitoramento, economia local, capacidade empresarial, aspectos sociais, aspectos ambientais e aspectos culturais. Com as dimensões do índice procura-se obter o retrato dos destinos turísticos e a partir dos dados levantados e analisados é elaborado o relatório de competitividade. O trabalho adota cinco níveis, em uma escala de 0 a 100 pontos, divididos da seguinte forma: nível 1, intervalo entre 0 e 20 pontos; nível 2, entre 21 e 40 pontos; nível 3, entre 41 e 60 pontos; nível 4, entre 61 e 80 pontos e nível 5, entre 81 e 100 pontos.

Avança-se na geração de informação sobre o turismo no Brasil e o relatório de competitividade serve a gestores, deputados, e vereadores norteando as ações; e aos residentes que contam com direcionamento e subsídios para cobrar das autoridades o encaminhamento de ações prioritárias.

A elaboração do índice foi retomada em 2013, mas há necessidade de retomar o trabalho das instâncias de governança regionais e locais. Os grupos gestores dos destinos indutores no Ceará estão praticamente estáticos. A convergência e a articulação das ações do Ministério com outras setoriais envolve a gestão no âmbito federal por meio de outros ministérios e órgãos afins, mas a articulação também é necessária nas Unidades da Federação e nos municípios. Enfrentar as fragilidades diagnosticadas passa pela retomada dos trabalhos das instâncias de governança e da utilização das informações do índice de competitividade pela gestão pública e sociedade.

O relatório de competitividade revela a “escassa a disponibilidade de sistema de indicadores de desempenho do setor de turismo nos destinos, e que ainda são poucos os que monitoram os impactos econômicos, sociais e ambientais da atividade turística.” Mais uma razão para que as informações do relatório sejam utilizadas pelos gestores e sociedade organizada. Uma informação positiva é que “apesar

disso, observou-se a criação de setor específico de estudos e pesquisa em alguns destinos, o que pode refletir em resultado desta dimensão nas próximas pesquisas [...]” No entanto esse esforço foi identificado em poucos destinos indutores, (FGV/MTur, SEBRAE, 2013, p. 44).

O índice geral de competitividade do Brasil passou de 52,1, em 2008, para 59,5 em 2014, ou seja, manteve-se no nível 3, nível intermediário que compreende o intervalo entre 41 e 60 pontos. Nos anos mencionados, verificou-se com relação às dimensões, especificamente, que infraestrutura permaneceu no nível quatro, variando de 63,8 para 68,2. As dimensões acesso, atrativos turísticos, economia local, capacidade empresarial, aspectos ambientais, culturais passaram do nível três para o quatro. Permaneceram no nível três as dimensões serviços e equipamentos turísticos, aspectos sociais, cooperação regional e políticas públicas. Marketing e monitoramento ficaram no nível dois. A comparação entre os anos 2008 e 2014 permite afirmar que houve aumento do índice em todas as dimensões. A dimensão serviços e equipamentos turísticos foi a que mais cresceu seguida de marketing e capacidade empresarial. Monitoramento foi a que menos cresceu, seguida de aspectos sociais e cooperação regional, essas dimensões estão ligadas não apenas aos objetivos da política pública de turismo tendo em vista o desenvolvimento da atividade, mas também ao processo de regionalização proposto. Monitoramento e cooperação regional são dimensões com índices baixos em uma política em que a regionalização é uma das diretrizes e os destinos contam com o índice de competitividade que subsidia o monitoramento.

O monitoramento refere-se às pesquisas de demanda, de oferta, sistema de estatística do turismo, medição dos impactos da atividade turística, setor específico de estudos e pesquisas no destino, portanto, está no cerne da produção de dados e informações específicos da atividade. Os resultados dos índices permitem afirmar que se está desenvolvendo o turismo com base precária de informação sobre a oferta, o mercado e os impactos do turismo nos destinos. O baixo índice da dimensão monitoramento demonstra as limitações no acompanhamento do turismo, dos impactos sociais, ambientais e econômicos da atividade. O ciclo de gestão não se completa, pois ações são realizadas, investimentos são feitos, mas o acompanhamento

é precário, resultando na fragilidade das ações. Os investimentos são realizados, mas não se sabe se os resultados alcançados concorrem para o alcance dos objetivos de desenvolvimento. Pensada como etapa necessária o baixo índice dessa dimensão revela o quanto se precisa avançar na pesquisa e na gestão do turismo

O relatório de 2013 credita a queda na dimensão cooperação regional “em grande parte, ao fato de que muitas instâncias de governança regionais, que antes eram atuantes, encontravam-se inativas no momento da pesquisa.” O que contribuiu “no enfraquecimento de [...] ações de cooperação regional avaliadas nesta dimensão, tais como: a participação em feiras e eventos e a diminuição do número de destinos com projetos de cooperação regional compartilhados com outros destinos. FGV/MTur/SEBRAE, 2013, p.43). Diagnóstico semelhante ao de 2012 que também avalia que a queda na média de cooperação regional pode ser explicada, entre outros fatores, pela descontinuidade de diversas ações de regionalização. “Algumas instâncias de governança regionais encontravam-se desarticuladas ou inativas no momento da pesquisa.” (FGV, MTur/SEBRAE, 2012, p. 45). Dimensões que estão na base da política nacional e, particularmente, da regionalização ainda apresentem resultados precários, a média nacional tem aumentado ano a ano, o que é motivo para reflexão. Isto significa que os destinos têm conseguido melhorar a competitividade apesar da ausência e ou desaceleração de instrumentos da política, e significa também que os meios definidos para o alcance de objetivos não estão avançando. Este cenário merece análise aprofundada e correção de rumo na execução da política de turismo.

A competitividade é tema de interesse central e a ideia é de uma gestão participativa e descentralizada. Mas uma questão que se coloca é sobre a competitividade na política pública, não apenas como ela é auferida, mas também como princípio norteador da política pública. Uma vez que a geração de uma série histórica relativa à competitividade que está em execução produzindo informação estratégica para a gestão. Faz-se necessário que as informações sejam conhecidas e utilizadas por gestores públicos e privados, população e representantes eleitos. Sabe-se que não há apropriação das informações e as propostas iniciais de ação não se efetivam ou se efetivam em parte. Todo o trabalho desenvolvido

de implantação, avaliação, reestruturação do programa resulta em poucos resultados alcançados. A relação entre resultados alcançados e objetivos perseguidos precisa ser analisada é o que comprova o Relatório Brasil nas sucessivas versões.

Competitividade em destinos indutores do desenvolvimento turístico regional

O índice de competitividade do Brasil aumentou de 52,1 no ano de 2008 para 59,5 em 2014. Contudo, verifica-se, conforme citação abaixo, que as metas traçadas no Plano Nacional (2007-2010) não foram atendidas conforme previsto:

Esses destinos devem ser trabalhados, até 2010, para servirem de modelos indutores para o desenvolvimento turístico-regional. Suas experiências e práticas exitosas devem ser multiplicadas para outros destinos que integram as regiões turísticas do País. [...]. Pretende-se que até o final de 2008, 15 desses destinos possam ser estruturados e ter alcançado esse padrão modelar de qualidade referido [...] Essa ação deve ser desenvolvida com base no princípio da sustentabilidade ambiental sociocultural e econômica trabalhando de forma participativa, descentralizada e sistêmica [...]. (MTur, 2007, p. 52).

Em dezembro de 2013, o MTur premia as cidades “que mais evoluíram em competitividade, de acordo com a 5ª edição do Índice de Competitividade do Turismo Nacional.”⁶ dos 65 destinos, são premiados 18, nenhum deles está no Ceará: Vitória (ES), Porto Velho (RO), Florianópolis (SC), Campo Grande (MS), Goiânia (GO), Rio Branco (AC), Maceió (AL), Cuiabá (MT), Aracaju (SE), Porto Alegre (RS), Corumbá (MS), Lençóis (BA), Mata de São João (BA), Ilhabela (SP), Pirenópolis (GO), Cáceres (MT), Tiradentes (MG), Ipojuca (PE). Essas cidades obtiveram bom desempenho em pelo menos uma das 13 dimensões avaliadas.

Foram divulgadas também no Relatório Brasil 2013 as chamadas Boas Práticas elencadas a partir da relevância do projeto para o destino turístico, impactos positivos gerados para a atividade turística, caráter inovador e a recorrência aos casos mencionados durante a realização da pesquisa, nenhum município cearense foi contemplado. Do Nordeste foram escolhidos os projetos: Recife Antigo de Coração e Turismo na Palma da Mão em Recife - PE, Fomento à capacitação profissional em Lençóis - BA, Olha isso, Limpinho em João Pessoa-PB, Praia sem barreiras em Fernando de Noronha-PE e Sustentabilidade do Sistema de Hospedarias Domiciliares. As experiências são de diferentes ordens e estão divididas entre capitais e não capitais.

A divulgação do índice vinha sendo realizada sem mencionar os nomes das cidades, mencionava-se apenas média Brasil, e média das capitais e não capitais. O relatório de 2014, intitulado *Índice de Competitividade do Turismo Nacional. Relatório Brasil 2014* divulga, pela primeira vez, nomes de cidades e informa os dez destinos mais bem colocados em cada dimensão e ainda os principais fatores que influenciam o índice dos destinos que ficaram em primeiro lugar por dimensão.

Conforme o relatório de 2014, São Paulo é o primeiro destino a obter índice do nível 5. O índice geral da cidade foi de 82,5 pontos e as dimensões nas quais obteve os melhores resultados foram: acesso, serviços e equipamentos turísticos, políticas públicas, monitoramento e economia local superando os demais destinos estudados. Na dimensão monitoramento também foi destaque nacional “pelo recorrente acompanhamento da atividade turística e pelo uso contínuo de sistemas de estatísticas em Turismo.” (FGV/MTur, SEBRAE, 2013, p. 44).

Entre os destinos indutores do desenvolvimento regional do Nordeste sobressaem-se Recife e Salvador no *ranking* das 10 melhores. Fortaleza se destaca apenas na dimensão aspectos ambientais e Nova Olinda na dimensão cooperação regional. Em cada uma dessas dimensões apenas dois destinos do Nordeste compõem esse ranking dos dez melhores resultados.

Os destinos indutores do estado do Ceará, portanto não se destacam na competitividade auferida pelo índice de competitividade

do turismo nacional. Todavia, são divulgadas informações relacionadas à competitividade que destacam o Ceará, e em especial, a cidade de Fortaleza, no cenário turístico.

Uma matéria sobre o Nordeste que destaca entre outros estados, o Ceará, divulgada pelo MTur com o título *As lições do Nordeste para o turismo brasileiro* e informa: “a região que mais se beneficia do turismo no país tem bons exemplos de como gerar desenvolvimento regional, renda para a população e incrementar a economia por meio da atividade turística.” E continua: “O Nordeste é a região brasileira que mais se beneficia do turismo no país. As atividades relacionadas ao turismo representam 9,8% do PIB da região, o que representa um faturamento de R\$ 42,7 milhões por ano” conforme estudo do Ministério do Turismo em parceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE).

O Ceará se destaca pela rede hoteleira variada e destinos turísticos bem estruturados, como Fortaleza; [...]. Ceará, Pernambuco e Bahia são respectivamente os estados nordestinos que mais receberam recursos do MTur para obras de infraestrutura turística: R\$ 710 milhões, R\$ 395 milhões e R\$ 346 milhões. [...]. A região é a preferida de 46,9% dos consumidores que manifestaram intenção de viajar, de acordo com a pesquisa Sondagem do Consumidor – Intenção de Viagem, feita pelo Ministério do Turismo em parceria com a Fundação Getúlio Vargas. A sondagem foi feita em outubro e mediu a intenção de viagem pelos próximos seis meses. [...]. As praias de Natal (RN) e Fortaleza (CE) estão entre as preferidas dos idosos que viajaram por meio de um programa de descontos e vantagens em pacotes de viagem, o Viaja Mais Melhor Idade.

O Ceará e a Metrópole Fortaleza são destaques na matéria. Outra notícia referente à Fortaleza divulga que a cidade é apontada como 10º destino em alta no mundo e o segundo na América do Sul no *Trip Advisor*, site especializado em viagens e serviços que é referência mundial e um dos pioneiros em gerar conteúdo dos usuários. O site conta com 55 milhões de membros, são mais de 125 milhões de avaliações sobre os 3,1 milhões de acomodações, restaurantes e atrações turísticas localizados nos países. O site está presente em 34 países.

Fortaleza é a única cidade brasileira entre os 10 destinos em alta no mundo, em 2013, segundo o site TripAdvisor, com sede em Massachusetts, nos Estados Unidos. Além de Fortaleza, a capital da Paraíba, João Pessoa, aparece na 54ª posição no ranking mundial de 2013. No ranking da América do Sul, as duas cidades brasileiras estão mais próximas. Enquanto Fortaleza é o segundo destino em alta no continente sul americano, João Pessoa é o quarto.

Entre os 54 lugares destacados pelo mundo, dos quais Havana, em Cuba, ocupa o primeiro lugar, a Capital cearense está na décima posição. O levantamento foi baseado em opiniões positivas e aumento de interesse dos viajantes ao longo de um ano. O site aponta destinos turísticos em ascensão e Fortaleza está na lista.

Na edição de 2014, sexta edição do *Travelers' Choice* Destinos, Fortaleza e Jericoacoara foram apontados entre os 10 melhores destinos para se visitar no Brasil. Em primeiro lugar, São Paulo (SP), seguida de Rio de Janeiro (RJ), Gramado, Salvador (BA), Florianópolis (SC) e Curitiba (PR). Em sétimo lugar está Fortaleza, seguida de Natal (RN), Trancoso (BA). Em 10º está Jericoacoara.

Outra matéria divulgada pela imprensa local foi a lista das melhores pousadas e hotéis no Brasil e no mundo, segundo avaliação de viajantes, para o prêmio *Travelers' Choice* 2014 divulgada pelo site *TripAdvisor*. São oito meios de hospedagem do Ceará dos 134 eleitos no Brasil: Rancho do Peixe, na praia do Preá, na segunda posição da categoria Melhores Hotéis do Brasil; Suítes Beach Park Resort, em Aquiraz, na posição de número 25 da categoria Melhores Hotéis para Família no Brasil; Casa na Praia, em Jericoacoara, na posição de número 24 da categoria Romance (América do Sul) e quarta posição (Brasil), além da décima segunda posição da categoria Hotéis de Pequeno Porte (Brasil); The Chili Beach Boutique Hotel & Resort, em Jericoacoara, na posição de número 23 da categoria Romance (Brasil) e na décima posição da categoria Hotéis de Pequeno Porte (Brasil); Pousada Ibiscus, em Jericoacoara, na sétima posição da categoria Menores Preços (Brasil); Kite Brazil Hotel, na praia do Preá, na oitava posição da categoria Menores Preços (Brasil); Orixás Art Hotel, em Trairi, na quinta posição da categoria Melhores Hotéis de Pequeno Porte (Brasil);

Pousada Jeribá, em Jericoacoara, na décima quarta posição da categoria Melhores Hotéis de Pequeno Porte do Brasil.

Essas notícias destacam o Ceará e os destinos indutores Fortaleza e Jijoca de Jericoacoara no cenário nacional e internacional, apesar desses destinos não terem se sobressaído no índice de competitividade e nem nas boas práticas. Entende-se que mesmo sendo adotados critérios diferentes, pois o índice de competitividade avalia o destino integralmente e se trata de pesquisas e instrumentos diversos, a falta de convergência expressa, pelo menos, a complexidade em trabalhar a competitividade e estimula reflexões sobre competitividade no turismo.

Pode-se afirmar que a meta para 2010 não foi atingida, os destinos não são o modelo pretendido, não alcançam os objetivos para os quais foram definidos. Não conseguiram sequer aumentar satisfatoriamente os próprios índices. Entre os dez melhores índices o maior valor foi de 96,0 e o menor chegou a 62,8.

A concepção de uma sociedade civil capaz de interferir nos processos decisórios oscila entre o compromisso daqueles que animam o processo permanentemente, da pouca flexibilidade de gestores públicos, descrédito das iniciativas públicas, inexistência de uma cultura voltada ao coletivo e ao enfrentamento às políticas.

Conclusão

A competitividade do turismo nacional é medida nos 65 destinos indutores, ou seja, por municípios e não por região turística. Apesar do aumento do índice em algumas dimensões, a meta de tornar esses destinos modelos indutores ainda não foi atingida. Verifica-se que os destinos indutores do desenvolvimento turístico regional não têm conseguido atuar na resolução dos próprios problemas o que leva a questionar a capacidade de atuarem regionalmente.

Os resultados limitados de dimensões ligadas ao desenvolvimento da política de turismo como é o caso da cooperação regional evidenciam deficiências na execução da política proposta. O fato da dimensão monitoramento, ação básica para orientar o desenvolvimento da atividade, obter os menores índices demonstra a necessidade de análise

do rumo do turismo no Brasil, uma vez que o índice do país tem aumentado.

Bibliografia Consultada

BAUMAN, R. Uma visão econômica da globalização. In: Bauman, R (org.). **O Brasil e a economia global**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

BECKER, D. F. Competitividade: um novo padrão de desenvolvimento regional. **Redes**, Santa Cruz do Sul, 1996, v. 1, n. 1, p.9-55.

BEHRING, E. R. **Brasil em contra-reforma**: desestruturação do Estado e perda de direitos. São Paulo: Cortez, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. Parceria com SEBRAE e Fundação Getúlio Vargas – FGV. **Índice de competitividade do turismo nacional**: destinos indutores do desenvolvimento turístico regional: relatório Brasil. 2014. Brasília, DF.

_____. _____. Parceria com SEBRAE e Fundação Getúlio Vargas – FGV. **Índice de competitividade do Turismo Nacional**. Destinos indutores do desenvolvimento turístico regional. Relatório Brasil.2013. Brasília.

_____. _____. **Plano nacional do turismo 2013/2016**: O turismo fazendo muito mais pelo Brasil. Brasília, 2013.

_____. _____. Parceria com SEBRAE e Fundação Getúlio Vargas – FGV. **Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores do desenvolvimento regional**. Relatório Brasil. Brasília, 2008.

_____. _____. **Plano nacional do turismo 2007/2010**: Uma viagem de inclusão. Brasília, 2007.

CORIOLOANO, L. N. T. et. al. **Arranjos produtivos locais do turismo comunitário**. Atores e cenários em mudança. Fortaleza: Eduece, 2009.

FERRAZ, J.C. et. al. **Made in Brasil desafios competitivos para a indústria**. Rio de Janeiro Campus, 1997.

HARVEY, David. **Espaços de esperança**. São Paulo, 2004.

MOTA, K. C. N., VIANNA, Silvio L. G. ANJOS, Francisco A. **Competitividade das destinações turísticas**. Estudo de casos brasileiros. São Paulo: Atlas, 2013.

PANOSSO NETTO, Alexandre; NECHAR, Marcelino C. Epistemologia do turismo: escolas teóricas e proposta crítica. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 2014, pp. 120-144, jan./mar.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: Técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009.

A METRÓPOLE FORTALEZA SEGREGADA PELAS POLÍTICAS URBANAS E DE TURISMO

Karlos Markes N. Parente.¹⁰⁶

Luzia Neide Coriolano.¹⁰⁷

Introdução

Fortaleza, metrópole cearense com população de 2.452.185 habitantes, conforme censo de 2010 espalha-se e incorpora novos espaços à malha urbana, estendendo as dimensões da Metrópole, com evidente distribuição populacional desproporcional e assimétrica. Tal processo se dá de forma desordenada, o que acaba por produzir vazios urbanos, áreas deprimidas e graves problemas de mobilidade, trazendo à tona o discurso do colapso do planejamento urbano moderno. Contudo, se mantém como centro administrativo e de controle, concentra funções econômicas, culturais e residenciais, assim, se sobrepõe de aos demais municípios do Estado, embora a descentralização do poder municipal da capital tenha fragmentado as ações políticas, tornando-se cada vez mais pontuais, evidenciando as desigualdades da capital, que se tornam aparentes.

O espraiamento da Metrópole é resultado do processo de valorização e desvalorização dos lugares, crescimento econômico, pressão de investimentos imobiliários, descentralização política e da atividade

106 Doutorando em Geografia Política pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio de Janeiro - PPGG/UFRJ. Pesquisador no Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Política e Território - GEOPOL/UFRJ. Compõe equipe de pesquisadores do Núcleo de Estudos do Território e do Turismo - NETTUR - UECE desde 2009. Participa do Diretório de Pesquisa do CNPq: Turismo, Território e Cultura.

107 Doutora em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe (2004), Pós-Doutorado na Universidade Regional de Blumenau - FURB. Professora associada da Universidade Estadual do Ceará, Coordenadora Adjunta do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da UECE. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico CNPq. Coordenadora do Núcleo de Estudos do Território e Turismo - NETTUR.

comercial, com surgimento de múltiplos subcentros. Loteamentos, conjuntos habitacionais, condomínios fechados, empreendimentos turísticos e de lazer e centros comerciais sobrecarregam a malha viária, acrescentam novas centralidades e ampliam as densidades em pontos específicos. Assim, Fortaleza apresenta dinâmica multiplicidade de funções e complexas relações sociais que vão além das relações de trabalho e de poder. A capital possui diversidade paisagística, onde litoral e sertão se encontram. É *locus* de profundas contradições socioeconômicas, onde as modernas tecnologias encontram os hábitos e as técnicas tradicionais e, em alguns casos, até rudimentares.

As condições socioespaciais da capital cearense, tal como se observa contemporaneamente, resultam, entre outros elementos determinantes, de componentes históricos atrelados ao contexto político, cultural e econômico pretéritos. Do modo com o qual se deu a colonização, influência cultural e papel administrativo das metrópoles colonizadoras, presença das elites locais, criação de estratégias para manutenção do *status quo*. A economia exportadora baseada no binômio gado-algodão, o processo de modernização das atividades econômicas e o desenvolvimento local a partir das mudanças da base produtiva além da presença marcante da ideologia desenvolvimentista dos “jovens empresários” conduzidos por Tasso Jereissati são marcas da modernização política local, responsável pela “alavancagem” econômica do Ceará. Processo atrelado à indústria e ao turismo após a queda do algodão como elemento mais dinâmico da economia cearense. Sobre o processo de industrialização cearense e a conseqüente migração do homem do campo para a capital, lembra que:

Tardiamente o Ceará fez “revolução industrial”. A valorização industrial desprestigiou o homem do campo, redirecionou valores e modernizou o meio rural, embora de forma contingencial. Antigas relações de trabalho mantidas na agricultura de subsistência em todo o Ceará tornam-se insustentáveis, e assim muitas famílias de agricultores migraram para as cidades, especialmente para a Capital. (CORIOLANO 2006, p.100)

A incapacidade política de lidar com o crescente contingente populacional e de dar respostas às múltiplas necessidades da população, gera problemas principalmente de déficits habitacionais, motivadores de movimentos sociais que se desdobram até os dias atuais. Sem normas para uso e ocupação do solo as favelas vão se formando no litoral, inclusive em terreno de Marinha. As famílias estabelecidas na orla oeste convivem com constantes ações de despejo e calamidades naturais como desabamentos de encostas pela falta de critérios para a construção das casas. Segundo Jucá (2003, p.52), “em 1953 calculava-se em 18.100 o número de habitações do Arraial Moura Brasil e do Pirambú.” Os arranjos residenciais que se aglomeravam nas dunas não dispunham de saneamento e higiene, eram construídos sob areia fofa, cobertos de maneira improvisada por palhas, telhas e zinco. Assim, na medida em que as áreas marginais se multiplicam, cresce a ideia da necessidade do afastamento da pobreza de áreas de interesse, disputadas pela sociedade civil e estratégica para a especulação.

A valorização das zonas de praia altera uso e ocupação das orlas marítimas, sobretudo, com o desenvolvimento do turismo de sol e praia. Contudo, mesmo com o crescimento econômico a leste, bairros como o Pirambu e os demais situados na orla oeste, continuam ocupados por favelas, o que denota políticas públicas e uso do espaço diferenciados dos praticados na orla leste. Os investimentos desiguais em espaços litorâneos da capital produzem espaços turistificados e espaços deprimidos, não vinculados à sociedade do lazer e do consumo. Tal distinção marca a segregação socioespacial da Metrópole que não se dá apenas em sentido leste-oeste, mas em todo contexto urbano. Segundo Dantas (2002, p. 273) “Fortaleza explode incorporando novos espaços segundo a lógica de três movimentos inter-relacionados: o primeiro a leste, o segundo a oeste e sul e o terceiro a norte (litoral)”. Conforme argumenta o autor, esse movimento cria espaços diferenciados a leste, onde as elites verticalizam a cidade, constroem espaços de segurança e convívio longe dos pobres e das indústrias. O crescimento a oeste se dá por parte de bairros populares e favelas e a norte, nas zonas de praia inicialmente ocupada por famílias pobres, há redescoberta da área por parte das imobiliárias com consequente alocação de equipamentos públicos de lazer na Beira Mar.

A presença privilegiada do turismo no planejamento político local está calcada em elementos históricos importantes para a compreensão, pois o segmento do turismo de sol e praia nem sempre foi considerado elemento capaz de se situar no centro do planejamento político. Não constituía elemento importante para a economia local, nem tampouco o mar figurava simbolicamente como *locus* de lazer e descanso, pelo contrário, era tido como tenebroso. Quanto ao processo de valorização das zonas de praia Dantas (2009, p.29) lembra: “Convém ressaltar, que a valorização das zonas de praia em Fortaleza não resulta de uma simples transferência de informação de um grupo que detém o saber a um outro que não o detém”. Daí a necessidade de relacionar a Fortaleza de hoje com a de tempos pretéritos.

A vila de Fortaleza nasce às margens do Rio Pajeú, desenvolvendo-se nos moldes europeus de colonização a partir, tanto da presença da coroa portuguesa, como da influência flamenga. Transformada em colônia de exploração, não dá mais respostas aos anseios da metrópole, devido condições físico-naturais impróprias. A morfologia plana, de solo arenoso, além de atrapalhar a fixação dos grupos de expedição, não servia para a cultura de cana-de-açúcar, como se pretendia. Para Dantas (2002, p.16), “no Ceará colonial, o litoral não constitui ponto de penetração. Aspectos tecnológicos, naturais e simbólicos apresentam-se como quadro impróprio à penetração e justificador do fraco desenvolvimento da zona”. Neste período, o poder político-administrativo era indefinido, “Até o século XVIII, Fortaleza tinha controle administrativo ora atribuído ao Estado do Maranhão, ora ao Estado do Brasil” (LINHARES, 1992, p.132). Atribui-se a essas condições, portanto, o atraso do Siará.

A efetiva ocupação e o surgimento de atividades econômicas em Fortaleza têm origem na segunda metade do século XIX, quando alcança posição de capital. No Ceará deste período, importantes eram as cidades de Sobral, Camocim, Viçosa, Icó, Aracati e Aquiraz que ocupavam destaque em funções administrativa e econômica. A ascensão da capital cearense efetiva-se no final do século XIX com a produção e comercialização do algodão, chamado “ouro branco”, e também do couro, por parte das oligarquias agrárias locais. Fortaleza passa, então, a exercer papel polarizador predominante sobre as

demais cidades do Estado. A implantação de ferrovias como a Estação João Felipe, Estrada de Ferro de Baturité, posteriormente o acesso dos trens ao Crato ao sul e Sobral ao norte alteram os contornos da cidade, espraiando a malha urbana.

Organização político-espacial

A organização espacial da cidade deu-se pelos acessos que a ligavam a pontos do sertão cearense, tais como: Caminho de Parangaba (atual Av. João Pessoa), Caminho do Soure (atual Av. Bezerra de Menezes) e Caminho de Messejana (atual Av. Visconde do Rio Branco). Novo acréscimo populacional na década de 1930 marca o crescimento demográfico da cidade aumentando a área urbana. Em 1932, no governo do Coronel Tibúrcio Cavalcante, os maiores adensamentos populacionais ocorrem na direção oeste, até à Avenida Padre Ibiapina (SILVA, 1992). A partir da seca de 1932 a Cidade passa a crescer desordenadamente com a chegada de migrantes que fogem da seca. O inchaço populacional extrapola as condições urbanas, acentuando-se em direção oeste, formando as primeiras favelas.

O grande número de migrantes advindos do interior firma moradia na zona oeste da cidade, nas proximidades do comercial e do polo industrial da Avenida Francisco Sá. Instalam-se, predominantemente, em zonas de praia desvalorizadas, como o Arraial Moura Brasil, considerado a mais antiga forma de pré-favela da cidade. Ao se referir a precarização das habitações, Jucá (2003, p.48) ressalta que “o número de edificações aumentava, principalmente com casas pobres, geralmente apertadas, sem quintais, classificadas como focos de propagação de doenças.” Na primeira metade do século XX, o Arraial Moura Brasil e o Pirambu, ambos na orla oeste, eram considerados os bairros mais carentes da cidade.

No contexto da transição política das elites para o modelo “modernizador”, o Estado adota postura empreendedora. Entre as décadas de 1980 e 1990, o crescimento econômico é norteado por perspectivas ditas inovadoras ou “mudancistas”, por não mais se concentrar apenas nas atividades primárias. Nesse contexto emerge um bloco político de ideias, valores e comportamentos alicerçados em interesses empresariais. O turismo passa a ser um dos elementos fundamentais para outra perspectiva de desenvolvimento econômico,

isso porque é atividade econômica de relevante expressão para incremento da economia e coerente com as potencialidades locais, como as belezas cênicas do litoral. Tal potencial é fortemente explorado pelo modelo econômico, e o Estado oferece suporte, condições infraestruturais e fiscais para estimular a atividade emergente.

Explicando as políticas implantadas no Ceará, Parente (2000, p.21) remete ao comportamento da sociedade e mostra que “as elites cearenses oscilam do conservadorismo na década de 1930 para a modernidade na década de 1990”. Essa nova elite se destaca nacionalmente, guarda ideologia essencialmente burguesa, moderna, mas não deixa de ser conservadora. A nova elite propõe desenvolvimento pela indústria e turismo, criando outra imagem do Ceará. Assim, o Estado entra no circuito nacional do turismo, consolidando-se como núcleo receptor e desenvolve os maiores esforços para aparecer no circuito internacional.

A imagem do Ceará passa a ser mercadoria de grande importância, resultado de construções simbólicas baseada na referência *standard* de prosperidade e vigor de paisagens naturais, sol e praia. A imagem dos paraísos tropicais cearenses foi criada com fins definidos, o turismo tropical dos litorais. Entretanto, ao ressaltar belezas cênicas e riquezas culturais pitorescas, o *marketing* deixa proposadamente em segundo plano os problemas sociais historicamente acumulados. Em Fortaleza, cidade na qual o turismo tem relevante papel como vetor de crescimento econômico, o *marketing* da cidade de sol e praia é parte de processo político, que ajuda na reestruturação do espaço.

Contemporaneamente, a metrópole Fortaleza cresce sem efetiva participação popular em relação ao planejamento e execução de obras, que ordenam o espaço urbano e edificam a cidade. A ocupação da cidade se dá avançando sobre áreas de proteção ambiental, com disputa de espaço para a instalação de atividades econômicas, moradia e lazer. A ocupação da orla marítima de Fortaleza não é homogênea, ocorre com concentração populacional em núcleos de grande densidade demográfica como o Pirambu, que, estigmatizado, tem o nome mudado para Bairro Nossa Senhora das Graças, com mais de 40 mil habitantes. O bairro apresenta diversos vazios urbanos e zonas deprimidas como reservas

espaciais produzidas pela especulação imobiliária, uso inadequado do espaço e carência infraestrutural.

O modelo adotado, baseado no empreendedorismo urbano, no contexto da pós-ditadura, início dos anos de 1980, viabiliza o desenvolvimento por meio do crescimento econômico, o que se revelou um equívoco. Passam a atrair empresas, criar condições fiscais, prover espaços estruturados e instituir políticas públicas para recebê-las, e, nesse momento, o turismo é visto como uma das “principais indústrias”. O Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral Cearense – PRODETURIS, criado em 1989 pelo governo estadual, identifica, mapeia recursos ambientais litorâneos e diagnostica a área piloto para o PRODETUR-CE, executado em 1992.

No Ceará, (CORIOLANO, 2006, p.110), o PRODETURIS divide o litoral em segmentos: “a partir de Plano de Mudanças (1987) o Governo estadual dividira o litoral do Ceará em dois segmentos, tendo como referência Fortaleza”. Em direção leste, até o município de Icapuí, o trecho possui 210 km de extensão. Para oeste, até o município de Barroquinha, são mais 363 km. O litoral oeste recebe o principal programa turístico do estado: o PRODETUR-CE, implantando o chamado “Polo Ceará Costa do Sol”. Por antecipar estudos no litoral cearense, o PRODETURIS serve de base para a instalação do PRODETUR no Ceará, dividido em duas fases. No PRODETUR I participam os municípios de Fortaleza, Caucaia, São Gonçalo do Amarante, Paracuru, Paraipaba, Trairi e Itapipoca. Com exceção de Fortaleza, todos se situam no litoral oeste do estado, integrando o Polo Ceará Costa do Sol.

A Capital se ajusta especialmente a partir das atividades turística e imobiliária, impulsionadas pelo incremento turístico proporcionado pelo PRODETUR. O litoral passa então a receber mais investimentos e entrar no concorrido circuito do turismo nacional. Logo bairros menos cotados pelas atividades mencionadas entram na especulação, haja vista a pressão por novos espaços turistificáveis para negociação. As comunidades residentes em bairros litorâneos a oeste “barram” o espraiamento das atividades turística e imobiliária nesta direção.

Articuladas politicamente, comunidades da orla oeste dialogam

com atores institucionais locais buscando representatividade e mais atuação nas ações políticas voltadas a reestruturação urbana da orla marítima. Assim, constroem espaços legitimamente democráticos a partir de movimentos populares, que se consolidam nos conflitos desencadeados por reestruturações. Assim sendo, comunidades, dentro de uma dimensão simbólica do território, constroem identidades e elementos iconográficos próprios, fluidos, estabelecendo relação direta com o espaço; relações de resistência, que segundo Saquet (2009, p.139):

Sucintamente, a circulação favorece a abertura, a fluidez e as iconografias e resistência. A efetivação de iconografias pode gerar situações de estabilidade e segurança, justamente o contrário da circulação, que é inerente à mudança social e tem na cidade o lócus principal.

Deste modo, verifica-se como se dá a distribuição territorial do poder político e os efeitos da fragmentação da gestão pública municipal. Identifica-se também os principais atores envolvidos nas ações de requalificação urbana e o alcance do modelo de gestão baseado no empreendedorismo urbano. Intenta-se discutir o papel dos movimentos populares no processo de transformação da orla marítima, especialmente da orla oeste, local recorte de análise.

Políticas urbanas e espaço segregado da Cidade

O recorte empírico analisado é porção específica da orla marítima, aproximadamente 10km de praia, situados na zona oeste de Fortaleza, espaço tradicionalmente ocupado por famílias de baixo poder aquisitivo. Demandada recentemente pela especulação imobiliária, que teve área de expansão fisicamente limitada e sem alternativas melhores para ampliação dos negócios que avançam sobre a zona oeste, reclamando-a. O fenômeno não é novo, nem tampouco exclusivo da capital cearense, o que torna a fonte de pesquisa acessível. O objeto mostra-se relevante à análise de espaços metropolitanos e de dinâmicas habitacionais nas grandes cidades, envolvendo diversos agentes em jogo político de territórios em constate conflito, interessando entender os meios, ou seja, os mecanismos dos grupos frente às disputas.

Via políticas de turismo e parcerias público-privadas, Fortaleza sobressai nacionalmente, e o marketing realizado, envolve o espaço litorâneo e instiga agentes imobiliários. As transformações da paisagem na cidade passam a ser catalisadas especialmente por intervenções de programas de governo e investimentos privados, com efeitos diretos sobre a vida cotidiana das famílias tradicionais da zona oeste. Trata-se de políticas públicas de requalificação espacial, como é o caso do Projeto Vila do Mar¹⁰⁸ e da consequente expansão dos negócios imobiliários no eixo Centro/Oeste.

O Projeto Costa Oeste, agora denominado Vila do Mar, previa intervenção urbanística no bairro Pirambu (construção de duas pistas, ciclovia, calçadão e equipamentos comunitários), o que resultou na remoção inicial de 2.400 famílias, realocadas nos arredores. Formase então um NUHAB¹⁰⁹ que elabora um dossiê denunciando o projeto Costa Oeste ao Ministério Público, que juntamente com o relatório da visita do relator da ONU serve de instrumento de pressão para a apresentação de uma alternativa pela Prefeitura de Fortaleza. O NUHAB realiza anualmente visita de monitoramento às áreas de risco de Fortaleza, no intuito de cobrar a responsabilidade por parte da prefeitura. A mobilização das comunidades logra êxito ao pressionar o governo municipal para inclusão do Pirambu na categoria de Zona Especial de Interesse Urbano (ZEIS) dentro do Plano de Desenvolvimento Produtivo. O ganho político é representativo, pois a partir dessa ferramenta amplia-se o envolvimento de organizações de base e aumento da participação popular na discussão das questões da cidade. O NUHAB passa então a ocupar uma vaga no Conselho Municipal de Habitação Popular, participando diretamente do processo de revisão do Plano Diretor de Fortaleza, compondo o Núcleo Gestor.

O Projeto encontra-se avançado (2014), com poucos trechos incompletos. As obras do Vila do Mar passam anos paradas, aguardando resultados de processos judiciais. Foram retomadas a partir da liberação

108 Inaugurado em 1995 com o nome “Projeto Costa Oeste”.

109 NUHAB: Núcleo de Habitação e Meio Ambiente. Composto pela Cáritas Arquidiocesana de Fortaleza, Ceará Periferia, Comunidades Eclesiais de Base, Escritório Frei Tito, Centro de Defesa e Promoção dos Direitos Humanos, Instituto de Arquitetos do Brasil, Planefor e Universidade Federal do Ceará.

de recursos provenientes do Plano de Aceleração do Crescimento (PAC), do Fundo Nacional de Habitação de Interesse Social, dos Governos estadual e municipal, de bancos e empresas privadas. A área na qual o projeto foi implantado é tradicionalmente envolvida em questões políticas, com presença significativa da Igreja Católica, desde a participação de Padre Hélio Campos e dos partidos políticos de esquerda nos históricos de luta desde o início dos anos de 1960. Embora considerado um projeto de difícil execução por envolver grande número de famílias a ser removida. Sendo expressivo investimento em infraestrutura e interesses de grupos diversos, o projeto tem sido implementado com êxito, do ponto de vista operacional. Contudo, o processo divide opiniões e traz a discussão acerca dos mecanismos de representação política e capacidade de articulação dos agentes envolvidos.

Fortaleza cresce em descompasso com o sertão ou interior, impondo centralidade as demais cidades do Estado. A explosão populacional incha a cidade e cria reserva de trabalhadores que não conseguem colocação no mercado. As políticas públicas mostram-se ineficientes diante dos problemas socioeconômicos e mudanças pelas quais passa a metrópole. A expansão urbana incorpora novas áreas à malha urbana. A saturação da orla leste da cidade explica o avanço em direção à orla oeste com arrancada dos setores imobiliário e turístico que se articulam e assumem a liderança no processo de incorporação de espaços. Fenômeno recente como a produção de condomínios de alto padrão, instalação de equipamentos de lazer e turismo em direção à orla oeste fazem parte da reestruturação urbana, assumida pela iniciativa privada, com respaldo do Estado como perspectiva de acumulação de capital, impostos e divisas.

Empresários do setor imobiliário, turismo e lazer, interessados em estabelecerem-se onde o valor da terra é menos elevado, procuram cada vez mais a orla oeste, avançando sobre áreas menos cotadas, produzindo enclaves. Hotéis, clubes e condomínios de grande notabilidade instalam-se nesta área visando atrair o nicho que habitualmente frequenta a orla leste e, ao mesmo tempo, pagar menos pelo valor da terra ao saírem de bairros elitizados.

Estratégias de grupos dominantes revelam o caráter mercadológico que envolve a prática do lazer e turismo na metrópole cearense, usando como pano de fundo a beleza das praias que vão sendo privatizadas. Assim, o lazer perde o caráter de necessidade básica para transformar-se em mero consumo produzido pela iniciativa privada, comercializado como mercadoria. As responsabilidades com a prática do lazer como direito de todos são transferidas para empresas privadas, quando se intensifica o crescente processo de exclusão socioespacial, visto que aos poucos, moradores tradicionais perdem acesso aos espaços, tecnificados e elitizados, mesmo aqueles que são públicos. Verifica-se que o que ocorre em relação à moradia e trabalho, acontece também em relação ao lazer, contribuindo para diminuição da qualidade de vida urbana, dos direitos sociais e da cidadania, deixando a cidade de ser direito de todos.

Praias, bairros e comunidades estabelecidas na orla oeste de Fortaleza concentram diversidade de sujeitos sociais, por vezes de interesses contraditórios. Esta porção da cidade evidenciada por majestosa beleza natural, com presença do mar e do estuário do Rio Ceará, manguezais, dunas, passam a ser incorporados ao litoral rico, com recentes investimentos imobiliários na região; sendo também alvo de diferentes projetos urbanísticos. Bairros como Centro, Jacarecanga e Monte Castelo, que circundam a orla oeste, possuem arquitetura que remete a períodos pretéritos de valor histórico, evidentes em casarões que resistem ao tempo.

A partir dessa conjunção de fatores a orla oeste passa a constituir lócus privilegiado de representações culturais, embates políticos e contradições socioespaciais. Fenômenos que se desdobram na orla oeste repercutem na metrópole por serem resultante de jogos de interesses e de processos contraditórios. A força do capital imobiliário aliado ao potencial paisagístico da orla põe esta parte da cidade na mira de especulações que lentamente a transformam no prolongamento da orla leste, e a intenção é que toda a orla passe a ser urbanizada para consumo da classe detentora de capital, direcionada a empreendimentos turísticos, embora permeada por manchas pobres, descuidadas, de violência e contradições. A especulação imobiliária na porção oeste da cidade, especialmente na orla marítima causa impactos, aceleração do consumo

do espaço gera problemas que envolvem moradores, especuladores e consumidores.

Políticas públicas e privadas viabilizam a requalificação com processos que alteram paisagens e impactam sobre a vida dos sujeitos envolvidos, o que justifica a relevância dessa investigação. O processo de transformação da orla oeste instiga reflexões acerca do uso e ocupação do espaço que se dá de acordo com conveniências políticas que, não por acaso, interessam aos empresários do setor imobiliário, de entretenimento e turismo. Os bairros e comunidades pobres são empurrados para periferias mais distantes enquanto prédios e *shopping centers* são construídos. A parceria entre governos e empresários facilita a construção de equipamentos privados de alto padrão, que são beneficiados com a infraestrutura pública. Embora tais benefícios sejam incipientes em favelas e comunidades pobres, chegam rapidamente para dar suporte a instalação de grandes empreendimentos.

Fortaleza é metrópole híbrida multifacetada, permeada por conflitos de interesses e contradições típicas da sociedade moderna. Simultaneamente, é lugar de moradia, de morar bem, de lazer, turismo e de esperança e luta pela terra para moradia, trabalho e melhores condições de vida de migrantes que chegam do interior e de outros estados. Contraditoriamente, a metrópole turística de bairros ricos, é também lugar de pobreza e miséria para os que têm limitado acesso às benesses das políticas públicas e privadas. Estes acabam produzindo outras políticas, assim comunidades pobres constroem arranjos residenciais, criam alternativas de trabalho e espaços de lazer.

A orla oeste é parte integrante da totalidade urbana fragmentada e articulada, local estratégico para alocação de equipamentos turísticos e imobiliários, que se expandem de espaços estruturados em direção ao espaço de reserva. Os espaços urbanos modernos, apropriados pelo capital, especializam-se para atender demandas de lazer e turismo. Inseridos na lógica da produção capitalista segmentam-se para atender diferentes demandas com propósitos voltados à acumulação. Na cidade de Fortaleza o lazer passa a atividade econômica em destaque desde a década de 1990, quando impõe outra imagem ao Ceará, que de estado de miséria, seca e pobreza passa a ser vista como “cidade da luz”, de

sol e praia o ano todo. Consolidando-se internacionalmente como polo de atração turístico, objeto de políticas públicas e privadas, com alternativas de lazer, ocupando espaço privilegiado na mídia nacional. O espaço urbano fortalezense é marcado por relações de poder reveladas nas relações de trabalho também pela segregação socioespacial do lazer das classes sociais abastada e popular. O espaço fragmenta-se para moradia, trabalho e lazer.

A cidade fragmentada

No lado Leste, que popularmente chama-se lado do vento, sendo área valorizada. Construiu-se nos anos de 1930 o Porto do Mucuripe, a decisão de instalar o porto na região gerou polêmica, pois se instala na melhor parte da orla equipamento que gera efeitos indesejáveis de difícil convivência com a cidade. Para funcionamento demanda transporte ferroviário que corta todo tecido da cidade, pois é porto de carga e de suporte industrial. Para melhoramento dos fluxos no Mucuripe, cargas e equipamentos industriais são remanejados para o Porto do Pecém, que dispõe de infraestrutura e espaço adequados.

A segregação de Fortaleza acontece não somente entre setores leste e oeste da orla, mas na cidade toda. Em direção aos bairros do Bom Jardim, Parque São José e Siqueira até o limite do anel viário, a segregação fica cada vez mais dramática. A cidade é desigual, exige cuidado ao se instalar grandes estruturas, para fisicamente não se reforçar a separação. O metrô, no projeto original, era um elevador por cima da Av. Tristão Gonçalves até sofrer pressões sociais pela alteração do projeto. O elevador sairia do Benfica, passando pelo centro, isso representaria fator físico impactante, o que acabaria reforçando ainda mais a segregação da cidade exatamente no momento que se precisa de mais conectividade. Contudo, o lado leste privilegiado, ocupado pela classe abastada com ricas habitações e pelo poder público para infraestrutura. Entretanto, esta parte tem peculiaridades, na área de influência da Beira Mar, que vai do Ideal Clube até o mercado dos peixes, considerando-se área de influência 300 ou 400 metros a partir da praia existem dois padrões sociais de moradores, mais ou menos simétrico em termos de quantidade, onde ricos e pobres convivem, situados no Mucuripe, Castelo Encantado e Morro Santa Terezinha.

Na capital cearense, o turismo contribui na segregação de comunidades onde poderia haver atratividade e relação entre visitantes e moradores conjuntamente. A Praia de Iracema recebe turismo sem planejamento adequado. Muitos lugares investem em infraestrutura e não conseguem as qualidades da Praia de Iracema, no entanto foi expulso comunidades da praia. Ao invés de alocar prédios naquela área, poderia ter sido preservado o patrimônio das imediações da Rua Tenente Benévolo, estimulando a participação da população residente. Assim, a Praia de Iracema poderia possuir turismo de melhor qualidade. O visitante que vem com família, quer ficar junto de comunidade e não isolado.

A orla central e pericentral, juntamente com a orla oeste, que vai da Marinha até a Barra do Ceará, tendo como referência o Centro histórico encontra em segundo plano para o turismo, mas em expansão para empreendimentos. Mesmo com esgotos a céu aberto, corpos hídricos poluídos como o Riacho Jacarecanga, escombros de antigas fábricas como a Fábrica Filomeno, o local recebe o Shopping Center Boulevard Jacarecanga, com área estimada de 20 mil metros quadrados, o que explica as oportunidades imobiliárias e que Beira Mar encontra-se saturada.

A Praia do Futuro apresenta diversas inviabilidades que desestimulam o desenvolvimento, entre elas a desvalorização das terras pela presença do Porto, topografia extremamente acidentada que dificulta novas construções e alta corrosão pela maresia. Assim, ao invés da ocupação ir em direção à Praia do Futuro está sendo mais oportuno construir no oeste, depois da Escola de Marinheiros, considerado até pouco tempo como lugar impróprio para moradia da classe média, por isso deixado como espaço de reserva.

O processo de valorização de espaços de reserva concentrados na orla oeste de Fortaleza a partir do avanço de áreas turisticadas da orla leste é evidente. A urbanização litorânea privilegiou a área leste, agregando bairros ricos para moradia da classe abastada, com intensa verticalização, edificações de alto padrão, segurança, comércio especializado, além de diversos espaços propícios ao lazer e entretenimento, com destaque aos hotéis e restaurantes. Os equipamentos turísticos seguem a

recente tendência marítima da Metrópole e distribuem-se em 15 bairros estratégicos para o turismo. Entre estabelecimentos turísticos classificados em Hotéis, Pousadas, Flats e Albergues, o Bairro Meireles aloca cerca de 30% deles, Praia de Iracema 24%, Praia do Futuro 13%, Aldeota 6%, estando o restante distribuído entre o centro da cidade e demais localidades (SETUR, 2003). Destacando-se também o Bairro da Varjota, especializado em gastronomia.

Empresários do setor imobiliário, turismo, lazer e hotelaria, interessados em estabelecerem-se onde o valor da terra é menos elevado, procuram cada vez mais a orla oeste, avançando sobre áreas menos cotadas. Marina Park Hotel, megaempreendimento hoteleiro que dispõe de programação cultural e de lazer durante todo ano, direcionado para públicos mais abastados, localiza-se na orla oeste desde a década de 1990, começando a funcionar no ano de 1993. Mais recente, o Mucuripe Clube, instala-se na mesma área visando atrair o nicho que habitualmente frequenta o hotel e, ao mesmo tempo, passa a pagar menos pelo valor da terra ao sair de um bairro elitizado. Prova disso é o preço do imóvel e do metro quadrado, comparando dois bairros da orla leste e dois da orla oeste, conforme tabela da Figura:

PREÇO DO IMÓVEL POR METRO QUADRADO – COMPARATIVO: ORLA LESTE E OESTE DE FORTALEZA			
BAIRRO	METROS QUADRADOS	PREÇO MÉDIO DO IMÓVEL (R\$)	PREÇO MÉDIO M² (R\$)
ALDEOTA	431,60	318.000,00	770,20
VARJOTA	467,00	180.000,00	385,44
CARLITO PAMPLONA	204,00	55.000,00	269,61
BARRA DO CEARÁ	258,33	57.000,00	229,59

Tabela 1 - Preços do imóvel por metro quadrado na orla oeste de Fortaleza

Fonte: *Jornal O POVO*, 13/01/2007.

Alguns investimentos imobiliários se instalar em pontos não residenciais da orla marítima leste, são espaços direcionados para um

tipo específico de uso: barracas de praia. Situadas a leste do centro histórico de Fortaleza, frequentadas por turistas e banhistas da capital, as barracas da Praia do Futuro são motivos de controvérsia. Para uns, são patrimônios e por isso devem continuar onde estão tendo como um dos fatores que pesam positivamente em seu favor, o significativo número de pessoas que empregam. Para outros, as barracas se apresentam como equipamentos aparentemente irregulares do ponto de vista ambiental, entretanto estudos científicos realizados constatam que as barracas não estão edificadas em faixa de praia, mas estão localizadas na área de berma que não é considerada área de preservação permanente, desse modo às barracas não se encontram em situação irregular. As barracas de praia, sobretudo àquelas situadas na Praia do Futuro II, estão dispostas mais próximas uma das outras, estando em maior quantidade com relação à Praia do Futuro I. Apresentam melhores condições de infraestrutura, embora haja dificuldades quanto à gestão de seus efluentes. Possuem restaurantes, bares, espaços para apresentações artísticas, boa arborização, banheiros e piscinas. A Praia do Futuro I possui pouca infraestrutura, tanto pública quanto privada, com alguns estabelecimentos em condições precárias de higiene e saneamento. Com relação à segurança, essa parte da praia apresenta fragilidades, especialmente devido maior proximidade de favelas como Titânzinho, Serviluz e Morro Santa Terezinha.

A expansão urbana da metrópole, apoiada na especulação imobiliária, avança sobre a planície litorânea alterando campos de dunas, essa expansão gera problemas ambientais e muda a relação dos cidadãos e das comunidades pesqueiras com a zona de praia, provocando problemas socioespaciais. Para Leff (2001, p.285) “a globalização da racionalidade econômica e tecnológica impôs-se sobre a valorização cultural da natureza e da vida, subjugando os potenciais ecológicos, dominando as identidades étnicas e desconhecendo seus saberes.” A racionalidade economicista que se impõe aos espaços litorâneos da cidade compromete as opções de lazer, acesso a praia e, conseqüentemente, impacta sobre a qualidade de vida dos fortalezenses.

As barracas de praia apresentam padrões diferenciados de tamanho, ocupam aproximadamente 08 km de orla

marítima, estando algumas delas fixadas em área maior que a permitida pela Secretaria do Patrimônio da União – SPU.

A segregação socioespacial de Fortaleza se dá por meio de relações contraditórias entre capital e trabalho, produtora de estruturas de classe nas quais detentores dos meios de produção estabelecem relações de conflito com os que vendem a força de trabalho; a classe operária. A necessidade de se preservar os processos de acumulação do capital contribui para a manutenção do *status quo*, sustentador da estrutura de classe. Tais processos geram distintos padrões de consumo, conservação da classe média burocrata e controle da mobilidade social, para Corrêa (1999, p.62):

Na medida em que estas forças atuam intensamente e durante um longo período de tempo, geram marcante fragmentação da estrutura social, ao mesmo tempo em que se verifica crescente concentração de atividades e população da cidade. Da localização diferenciada no espaço urbano das classes sociais fragmentadas, emerge a segregação residencial da cidade capitalista.

A estrutura espacial de Fortaleza é fortemente marcada pelo modelo de desenvolvimento econômico de Estado do século XIX e nos dias atuais apresenta-se profundamente fragmentada e segregada. Historicamente, ao se estabelecer na cidade, a elite proveniente do interior passa a reordenar o espaço da capital com projetos urbanísticos que a isola da população pobre. O processo socioespacial marca o início da segregação que aparta a capital cearense em espaços bem estruturados e outros extremamente pauperizados, produzindo desníveis na alocação de recursos públicos visíveis na paisagem.

A proposta de embelezamento da cidade no final do século XIX, com a construção de praças e projetos de jardinagem, não inclui a incômoda presença dos pobres, daí a ideia de removê-los para longe. Até os anos de 1940 o bairro de Jacarecanga, era referência de requinte e elegância, reconhecida como espaço da aristocracia fortalezense, copiando modelos europeus de arquitetura. As residências das elites se deslocam para a Praia de Iracema e parte desse movimento de migração das famílias ricas em sentido leste continua em direção ao bairro da Aldeota, que passa a ser novo reduto de abastados, como afirma Jucá (2003, p.45):

“Apesar do Benfica e de Jacarecanga ainda abrigarem famílias de destaque, o novo símbolo de status social era morar na Aldeota, considerado centro residencial mais grã-fino da cidade”. Tal fluxo em direção a Praia de Iracema foi interrompido apenas pela construção do Porto do Mucuripe entre 1939 e 1945, a obra alterou a dinâmica costeira, assim o mar passa a atingir violentamente a Praia de Iracema até a altura dos trilhos do bonde, isso reforça ainda mais a safa da aristocracia em direção a Aldeota. Com o objetivo de proteger o litoral do processo erosivo em curso, instala-se um dique de proteção. Contudo, essa medida não resolve o problema, que é transmitido para praias à jusante, para Vasconcelos (2005, p.45) “o dique de proteção do porto provocou mudança na dinâmica costeira por difração das ondas incidentes”.

A ocupação do litoral de Fortaleza explica como o processo de urbanização se deu de forma desigual ao longo do tempo. No momento marcado pela introdução da cultura algodoeira, que coincide com a Guerra Civil americana, Fortaleza passa a ter destaque nas relações internacionais por meio do porto. O destaque da capital cearense estabelece relação de hierarquia com o interior, sobretudo com Aracati. Esse marcante momento histórico, de prosperidade da indústria têxtil cearense, coloca Fortaleza como principal centro urbano, fato que passa a atrair famílias do interior.

Bibliografia Consultada

ALENCAR, José de. **O Sertanejo**. Rio de Janeiro: Ed. Escala, 1999.

CEARÁ. Secretaria de Turismo do Estado. Coordenação de Planejamento e Operação Territorial. Instituto de Planejamento do Ceará. **Projeto de Ordenamento da faixa de praia e paisagismo da Praia do Futuro**. Fortaleza: IPLANCE, 2001.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. (Org.). **Turismo com Ética** - Lazer e turismo em busca de uma sociedade sustentável. Fortaleza: UECE, 1998.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. Bases Conceituais do Desenvolvimento e do Ecoturismo, in: **Turismo e ambiente**: Temas emergentes. Queiroz, Odaléia Telles M. M. (Org.), Campinas, SP:

Ed. Alínea, 2006, p. 11-48.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. **Do Local ao Global: O turismo litorâneo cearense**. Campinas: Papirus, 1998.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. **O Turismo nos Discursos, nas Políticas e no Combate à Pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. **Turismo, Territórios e Sujeitos nos Discursos e Práticas Políticas**. Tese de Doutorado. Aracaju: UFS/ NPGeo, 2004.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T. **Turismo: Prática Social de Apropriação e de Dominação de Territórios**, in: América Latina: cidade, campo e turismo.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. Rio de Janeiro: Ática, 1999.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Trajetórias Geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

DANTAS, Eustógio W. Correia et al. **Turismo e Imobiliário nas Metrópoles**. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2010.

DANTAS, Eustógio W. Correia. Construção da imagem turística de Fortaleza/ Ceará. **MERCATOR** - Revista de Geografia da UFC, ano 01, nº 01, 2002.

DANTAS, Eustógio W. Correia. **Mar à Vista: Estudo da maritimidade em Fortaleza**. Fortaleza, Museu do Ceará, Secretaria da Cultura e Desporto do Ceará, 2002.

DANTAS, Eustógio W. Correia. **Maritimidade nos trópicos: Por uma Geografia do litoral**. Fortaleza: Edições UFC, 2009.

IBGE. **Censo, 2010**: http://www.cidades.ibge.gov.br/download/mapa_e_municipios

JUCÁ, Gisafran Nazareno Mota. **Verso e Reverso do Perfil Urbano de Fortaleza (1945-1960)**. São Paulo: Annablume, 2003.

LEFF, Enrique. **Saber Ambiental: Sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

- LINHARES, Paulo. **Cidade de Água e Sal:** por uma antropologia do litoral nordeste sem cana e sem açúcar. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1992.
- PARENTE, Francisco Josênio C. **A fé e a razão na política:** Conservadorismo e modernidade das elites cearenses. Fortaleza: Ed. UFC/ Ed.UVA, 2000.
- PARENTE, Francisco Josênio C. A política nordestina pós-64: Considerações sobre as especificidades cearenses. COSTA, Liduina F. A. da Costa, FROTA, Francisco Horácio da Silva (Orgs.). **Nordeste (s),** novos desafios: Políticas públicas e dinâmicas institucionais. Fortaleza: EDUECE, 2006.
- SAQUET, Marcos Aurélio; SPOSITO, Eliseu Savério. **Territórios e Territorialidades:** teorias, processos e conflitos. São Paulo: Expressão Popular, 2009.
- SETUR/CE. Secretaria do Turismo de Estado do Ceará. **Cadastro dos hotéis classificados em Fortaleza,** 2003.
- SILVA, José Borzacchiello da. A cidade contemporânea no Ceará, In: SOUZA, Simone de (Org.), Uma Nova História do Ceará. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2000.
- SILVA, José Borzacchiello da. et al. (orgs.). **Litoral e Sertão:** natureza e sociedade no Nordeste brasileiro. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2006.
- SILVA, José Borzacchiello da. **Nas Trilhas da Cidade.** Fortaleza: Museu do Ceará/ Secretaria da Cultura e Desporto do Ceará, 2001.
- SILVA, José Borzacchiello da. **Quando os incomodados não se retiram:** Uma análise dos movimentos sociais em Fortaleza. Fortaleza: Multigraf, 1992.
- VASCONCELOS, Fábio Perdigão. **Gestão Integrada da Zona Costeira:** Ocupação antrópica desordenada, erosão, assoreamento e poluição ambiental do litoral. Fortaleza, Papyrus, 2005.
- VILLAÇA, Flávio. **Espaço Intra-Urbano no Brasil.** São Paulo: Studio Nobel, 2001.

A CONTRIBUIÇÃO DO PODER LEGISLATIVO DO ESTADO DO CEARÁ ÀS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO

Norma Marques D. de Sousa¹¹⁰

Luzia Neide Coriolano¹¹¹

Introdução

Este artigo tem como objeto de estudo o Poder Legislativo do Estado do Ceará nas políticas públicas de turismo. A Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, por meio da Comissão de Indústria, Comércio, Turismo e Serviços CICTS, articula junto à sociedade, audiências públicas, seminários e palestras como formas de discutir e alcançar os objetivos do desenvolvimento do turismo no Ceará. Ao analisar o Poder Legislativo no referente às políticas públicas de turismo, observa-se embates entre os poderes Executivo e Legislativo em relação as autonomias e discrepâncias que ocorrem nos processos decisórios de leis específicas voltadas a atividade turística.

Refletir sobre a legislação e as políticas públicas de turismo no Estado do Ceará leva a rememorar o cenário político estadual do ano de 1967, desde o governo de Acrísio Moreira da Rocha, que instituiu a Lei nº 1.249 criando o Conselho Municipal do Turismo na tentativa, embora tímida e sem prioridades, de planejar as atividades turísticas da capital cearense. No governo posterior do Sr. César Cals Oliveira Filho, na década de 1970, com o turismo já inserido nos planos governamentais e criada a Empresa Cearense de Turismo (EMCETUR), em 1971, mas as políticas não se efetivam no Estado do Ceará. No final da década de 1970, com o governo de Virgílio Távora, foi projetado o Primeiro Plano

110 Mestre em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará. Servidora pública da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará.

111 Pós-Doutora na Universidade Regional de Blumenau. Doutora em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe (2004), e, Professora associada da Universidade Estadual do Ceará. Professora de Geografia do PROP GEO. Coordenadora Adjunta do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da UECE. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico CNPq.

Integrado de Desenvolvimento Turístico do Ceará, que não passou de um diagnóstico das potencialidades do Estado.

O ano de 1986 passa a ser considerado um marco para o turismo, com a transformação da imagem do Ceará para o Brasil, no Governo das Mudanças sob o comando do empresário então governador Tasso Ribeiro Jereissati com a coligação Pró-mudanças e os seguintes partidos: Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), Partido Comunista Brasileiro (PCB), Partido Comunista do Brasil (PC) do B e Partido Democrata Cristão (PDC), com o lema: “O Brasil mudou. Mude o Ceará”. Tasso Jereissati, no final da década de 1980, implanta o Plano de Mudanças e a atividade turística associada ao desenvolvimento e crescimento econômico cearense (CORIOLANO, 1998). O marketing elaborado pelo Governo das Mudanças foi eficiente e competente a ponto de mudar a imagem do Estado, transformou a visão do sol escaldante que castiga o sertão e o sertanejo no sol que aquece as águas do mar tornando-o balneário e atrativo à turistas o ano inteiro.

O turismo no território cearense na década de 1990, alavancado pelas políticas públicas transforma a imagem do Ceará quando é iniciada uma série de estratégias para mudar a imagem e criar outra mentalidade sobre o Ceará que passa a ser moderno no que diz respeito as atividades turísticas. O governo estadual, aliado ao federal, impulsiona o turismo no Ceará e torna a atividade alternativa econômica e social para o Estado.

A contribuição do Poder Legislativo Cearense nas políticas públicas de turismo e as relações entre os Poderes Executivo e Legislativo no que diz respeito aos atos e as normas do direito, com o interesse do bem público é foco do estudo. Pelo exposto, objetiva-se analisar a contribuição do Poder Legislativo do Estado do Ceará nas políticas públicas de turismo e o desempenho na ordem democrática de direito; identificar as leis estaduais que tratam do turismo; e, compreender a função da Comissão de Indústria, Comércio, Serviços e Turismo da Assembleia Legislativa do Ceará.

Adota-se metodologia crítica, qualitativa para análise. A pesquisa permite trabalhar dados estatísticos ao mesmo tempo em que se baseia

em entrevistas com os sujeitos do processo. Também foi documental e de campo, envolvendo levantamento de dados sobre a realidade estudada e entrevistas que permitem visão geral do problema, no sentido de reconstruir realidades e discussões acerca da temática abordada.

A contribuição do legislativo estadual cearense no turismo

As sociedades contemporâneas possuem diversidade de formas de representações. Ideias interesses e valores são divulgados em termos de etnias, religiões, profissões, organizações e aspirações políticas. No entanto, recursos para atender tantas demandas da sociedade são limitados ou escassos. Há que existir gestão pública parlamentar consciente para que bens e serviços públicos se transformem em realidades com êxito de execução. É no poder legislativo que tramitam processos e discussões, viabilizando espaços democráticos para discutir, refletir e legislar e dirimir conflitos e disputas sociais. O parlamento estadual, por meio do processo legislativo estadual é regulado pela Constituição Federal na medida em que fixa regra de competência para os Estados, Constituição Estadual, e principalmente pelo Regimento Interno de cada Assembleia Legislativa. A Assembleia Legislativa do Ceará, cumpre papel formador da história da política cearense quando desenvolve o processo legislativo pela ação dos parlamentares, desde a eleição da Mesa Diretora até discussões no Plenário que é o órgão deliberativo máximo soberano em decisões e composto somente pelos deputados.

Deputado é agente político eleito pelo povo para desempenhar, no âmbito do Estado, mandato parlamentar. As características do desempenho parlamentar evoluem junto com as conquistas democráticas que fazem a gestão da coisa pública. O poder de representação da comunidade ampara e legitima as decisões emanadas do Poder Legislativo. O ato de legislar vai além do processo legislativo inserido nos tramites legais. Ao pleno, cabe deliberar críticas, sugestões e discussões sobre temas de apelo social. A função legislativa exerce papel estabilizante fundamental para que o Estado cumpra a finalidade da harmonia e do bem-estar social.

A contribuição do Poder Legislativo do Estado do Ceará às políticas de turismo além da formatação de leis que se referem

ao turismo acontece também por meio da Comissão de Indústria, Comércio, Turismo e Serviços CICTS com a realização de audiências públicas com entidades organizadas da sociedade civil na capital e interior do Estado. As audiências são palco democrático nas discussões sobre políticas de turismo e propiciam ao cidadão acompanhamento junto ao Poder Executivo sobre a elaboração da proposta orçamentária bem como posterior execução do orçamento para as atividades turísticas – Art. 42 do Regimento Interno (CEARÁ, 2011). O Poder Legislativo cearense, cumpre papel de legislar e fiscalizar o Executivo, compartilha matérias no respeito a coisa pública junto a sociedade por meio de seminários, e palestras nas várias áreas de saber, a depender da demanda do cidadão. O objetivo do poder legislativo é elaborar normas de direito de abrangência geral ou individual que são aplicadas à toda sociedade, com o intuito de satisfazer os grupos de pressão, a administração pública e a sociedade. Para facilitar o acompanhamento das atividades legislativas da Assembleia Legislativa do Estado do CE, disponibiliza-se quatro grupos de informações no contexto do plenário. São eles:

- Expediente: lista as atividades que serão ou irão ser realizadas no Plenário durante o dia. Neste local encontra-se a lista de todos os requerimentos enviados no dia com seus respectivos autores;
- Oradores: Traz as listas de pessoas registradas para discursar durante o dia por ordem de discurso;
- Ordem do Dia: lista das matérias constantes na pauta organizada para cada Ordem do Dia. Nesta parte da sessão os discursos referem-se à matéria em questão. Avulso de Requerimento e Avulso de Projeto;
- Atas: Ferramenta de consulta referentes as sessões ordinárias, extraordinárias, extra especial, especial, solene e itinerante.

A Assembleia Legislativa com os membros exercem o poder do atendimento à população local para deliberar sobre a legislação referente ao turismo cearense para que as leis sancionadas direcionem a atividade. Conforme Cruz (2001, p. 9), cabe à política pública de turismo o estabelecimento de “metas que orientem o desenvolvimento

socioespacial da atividade, tanto no que tange à esfera pública como no que se refere à iniciativa privada. Na ausência da política pública, o turismo se dá à revelia, ou seja, ao sabor de iniciativas e interesses particulares”. Sabe-se que em todas as relações sociais há existência de relações de poder, seja no convívio entre as pessoas, nas instâncias do Estado ou nas ações derivadas do poder privado. No Poder Legislativo há conflitos de interesses nas relações de poder, de forma que atingem as decisões públicas. Assim, o turismo cearense apontado como um dos vetores econômicos do Estado, depende dos legisladores e, por vezes, fica prejudicado pela falta de entendimento da temática turismo como prioridade. A consequência é ausência de formatação de políticas públicas que dão sustentabilidade legal à atividade.

Políticas públicas são ações governamentais para determinadas finalidades e, conforme a Constituição Brasileira de 1988, o principal objetivo é promover benefícios a todos os cidadãos. Dessa forma, quando discutem políticas públicas direcionadas ao turismo, legisladores consideram as ações para o desenvolvimento turístico com a finalidade de beneficiar a sociedade, que é o objetivo maior. Com esse pensamento, o parlamento cearense disponibiliza para a sociedade, audiências públicas, reuniões ordinárias, reuniões extraordinárias, emendas a constituição, eventos, seminários e palestras, sessão itinerante, estudos técnicos e responde a demandas solicitadas pelo cidadão conforme Quadro 1 que apresenta quantitativamente matérias sobre turismo entre os anos de 2011 e 2012.

ATIVIDADE	2011	2012
Audiências Públicas	09	04
Reuniões Ordinárias	22	06
Reuniões Extraordinárias	08	14
Emendas	05	00
Eventos/Seminários/Palestras/outros	12	06
Sessão Itinerante	01	00
Estudos técnicos	18	13
Demandas atendidas	10	04
Total	84	47

Quadro 1 – Síntese quantitativa do turismo no ano de 2011 e 2012

Fonte: Assembleia Legislativa do Ceará – Departamento Legislativo.

O Quadro 1 mostra síntese quantitativa relacionada ao turismo nos anos 2011 e 2012. As matérias apreciadas são oriundas do Poder Executivo, dos parlamentares e da sociedade civil organizada. O declínio das atividades turísticas refere-se as prioridades da Gestão Parlamentar no que diz respeito aos temas discutidos. Ocorreram 84 eventos direcionados ao turismo no ano de 2011 inseridos no palco democrático do Poder Legislativo. O relatório mostra 47 eventos sobre turismo que aconteceram no Poder Legislativo Estadual do Ceará durante o ano de 2012, uma diferença de 37 eventos turísticos de 2011 para 2012. Essa diferença ocorre nas mudanças de gestão, quando a Mesa Diretora da Assembleia assume novo mandato e consequentemente também mudam presidentes de comissões. O foco e interesse dos parlamentares sobre turismo oscilam como percebe-se nos relatórios. A pouca participação do legislativo nas discussões sobre turismo em 2012 demonstra falta de iniciativa legislativa na implementação de políticas públicas que tratam das atividades turísticas no Estado. A contribuição do Poder Legislativo as políticas públicas podem ser mensuradas por outras atividades parlamentares como a sinopse do ano 2012 relacionada pelo departamento legislativo na 1ª sessão legislativa da 28ª legislatura acontecidas no plenário 13 de maio como mostra o Quadro 2:

SESSÕES LEGISLATIVAS	TOTAL
Sessões Ordinárias	139
Sessões Preparatórias	01
Sessões Especiais	06
Sessões Extraordinárias	79
Sessões Extraordinárias/Especiais	02
Sessões Solenes	67
Total	294

Quadro 2 – Sessões legislativas

Fonte: Assembleia Legislativa do Ceará – Departamento Legislativo.

A Sessão Legislativa Ordinária é o período de atividade normal do Congresso a cada ano, de 2 de fevereiro a 17 de julho e de 1º de agosto a 22 de dezembro. Cada quatro sessões legislativas, compõem uma legislatura. Já a Sessão Legislativa Extraordinária compreende o trabalho

realizado durante o recesso parlamentar, mediante convocação. Cada período de convocação constitui uma sessão legislativa extraordinária. O Quadro 3 mostra as atividades legislativas em 2012 dentro do Plenário da ALECE. Pequeno Expediente é a fase da Sessão Ordinária destinada a leitura da ata da sessão anterior e em seguida, o sumário, das proposições, ofícios, representações, petições, memoriais e outros documentos dirigidos à Assembleia Legislativa. Grande Expediente é a fase da sessão destinada a discursos mais longos. A inscrição é feita em local designado pela Mesa, em livro próprio, pelo deputado, para cada sessão, no final da sessão ordinária anterior.

EVENTOS EM PLENÁRIO	TOTAL
Primeiros e segundos expedientes (debates e homenagens)	06
Seminários, fóruns, audiências públicas e Solenidades	22
Total	28

Quadro 3 – Eventos em Plenário

Fonte: Assembleia Legislativa do Ceará – Departamento Legislativo.

Outro mecanismo disponibilizado pelo Parlamento estadual cearense para a sociedade é o portal da transparência que constitui um instrumento de divulgação de gestão da Assembleia Legislativa à sociedade, incentivando a participação popular no processo de acompanhamento e fiscalização da aplicação dos recursos públicos e, conseqüentemente, prestigiando e desenvolvendo as noções de cidadania. O Portal da Transparência tem como objetivo divulgar as despesas realizadas pela Assembleia, incluindo a execução orçamentária, contratos e convênios. Objetiva, ainda, tornar público o relatório de gestão fiscal, bem como contempla as ações realizadas pelos parlamentares no desempenho das funções. O portal atende às determinações das Leis Complementares Nº 131, de 27/05/2009 e 101, de 04/05/2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal).

Publicações na revista plenário, rádio Assembleia, TV Assembleia compõem a agência de notícias da Assembleia Legislativa

sobre a temática turismo. Estas, também somam para informar o cidadão sobre discussões relacionadas ao turismo. A agência de notícias da Assembleia, juntamente com a TV Assembleia e a FM Assembleia, integram o Complexo de Comunicação do Poder Legislativo do Estado do Ceará. O compromisso é contribuir com a transparência da atividade parlamentar, difusão dos trabalhos da Casa e estimular o compartilhamento das ações com a sociedade. Além do noticiário diário, são disponibilizados ao internauta o Boletim Eletrônico, Banco de Imagens, Clipping Eletrônico, Mensageiro, acesso ao perfil da Assembleia na rede social, links para blogs sobre política e o Fale Conosco, por meio do qual o cidadão pode se cadastrar para receber boletim ou encaminhar demandas à Agência.

No respeito aos aspectos educativos e de cunho científico sobre o tema turismo, o Poder Legislativo Estadual cearense, contribui para a temática turismo quando oferece cursos de Especialização em Turismo e Meio Ambiente e Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos aos servidores, em convênio com a Universidade Estadual do Ceará (UECE). A educação legislativa desenvolve-se por meio da Universidade do Parlamento Cearense (UNIPACE), que tem por missão prover soluções que contribuam para o aperfeiçoamento do Poder Legislativo por meio da qualificação de técnicos, lideranças e realização de pesquisas que sirvam de base às políticas públicas, com inovação, excelência e responsabilidade cívica.

A contribuição do Poder Legislativo às políticas de turismo, por meio do Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos em parceria com a UECE, capacita gestores públicos e privados de negócios e de territórios turísticos em termos de pós-graduação *stricto sensu*, cobrindo lacuna do mercado profissional e aumentando a capacidade de desenvolvimento da atividade turística na região. O interesse do Parlamento Legislativo Cearense, prioriza a temática turismo no respeito ao conhecimento e estudo científico, na formação do quadro de servidores de alto nível. As atribuições da Assembleia são amplas e abriga pontos substantivos para a capacidade desse Poder que fiscaliza o conjunto das ações governamentais no âmbito do Estado. Fato este, comprovado pela iniciativa da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará quando atualiza a Constituição Estadual de 1989 (CEARÁ, 2004). A iniciativa que

se antecipa aos demais Estados da Federação apresenta modificações no texto constitucional, inclusive com a possibilidade de a população ter a iniciativa de apresentar projetos para emendar a Constituição. Os pontos destacados na mudança da Constituição Estadual, dentre outros, foram: permissão para que o próprio Parlamento disponha, por Lei Complementar, da capacidade de regulamentar a emancipação, fusão e incorporação de municípios; garantia de autonomia funcional e financeira à Defensoria Pública; garantia de que a censura à exploração sexual pelo turismo seja considerada uma forma de discriminação. E um capítulo referente ao turismo, acrescido na mudança da Constituição Estadual.

A Assembleia Legislativa do CE disponibiliza ao cidadão nova fonte à legislação vigente sobre turismo, por meio da Comissão de Indústria, Comércio, Turismo e Serviços. A Coletânea de Direito Empresarial é resultado do esforço e dedicação da equipe multidisciplinar, coordenada pelo deputado Sérgio Aguiar¹¹², que dividiu a obra em quatro volumes: Leis das Empresas; Legislação sobre a Indústria; Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e ao Microempreendedor Individual; e, Leis do Turismo.

Leis cearenses do turismo

Lei é uma norma ou um conjunto de normas concebidas por um poder soberano para regular a conduta social e impor sanções a quem não às cumpre. A aplicabilidade e função das leis objetivam controlar comportamentos e ações do cidadão de acordo com os princípios da sociedade. No sentido do Direito, lei é um conjunto de normas jurídicas elaboradas por autoridades competentes para constituírem os direitos e obrigações dos indivíduos.

No âmbito constitucional, as leis são regras ou normas constitucionais produzidas pelo Estado. São emanadas do Poder Legislativo e promulgadas pelo poder Executivo, representado pelo Presidente da República. A lei possui fundamental relevância no

112 Deputado Sérgio Aguiar – foi presidente da Comissão de Indústria, Comércio, Turismo e Serviços da Assembleia Legislativa do Ceará. Atualmente é primeiro Secretário desta Casa Legislativa.

Estado Democrático de Direito em razão do princípio da legalidade, que se encontra positivado no artigo 5º, II, da Constituição Federal: “ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei” (BRASIL, 1988). No respeito ao Poder Legislativo, compete a este, além da função de legislar ou elaborar leis, fiscalizar o Poder Executivo e julgá-lo se necessário. O mesmo é composto por legisladores que atendem ao procedimento formal de elaboração das leis, observando as formalidades prescritas no texto constitucional. O processo legislativo é o conjunto de atos necessários para a constituição da lei a ser observado pelos órgãos legislativos, sendo o mecanismo pelo qual o Poder Legislativo atende a função primordial de legislar. Legislar significa ordenar ou preceituar por lei.

O Poder Legislativo estadual cearense, no âmbito de suas funções, elaborou no ano de 2003 a 2006, seis projetos de Lei sobre Turismo, três projetos de indicação e três mensagens do Poder Executivo sobre essa temática. Já nos anos de 2007 a 2010, tramitaram seis projetos de lei e sete projetos de indicação. Nesse intervalo não houve mensagens do Poder Executivo. No ano de 2011. Foram elaborados dois projetos de lei, quatro projetos de indicação e uma mensagem enviada ao Poder Executivo sobre o turismo no Estado do Ceará. O parlamento cearense, por meio da Comissão de Indústria, Comércio, Turismo e Serviços participa de debates e realiza também encaminhamentos sobre a temática turismo para sugestões na legislação federal, obedecendo as normas constitucionais. Assim, as leis federais referentes ao turismo e que contam com a participação dos parlamentares cearenses, são as seguintes:

- LEI Nº 11.771. De 17 de setembro de 2008 que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico. Esta Lei antes de ser aprovada foi discutida em Audiência Pública promovida pelo Congresso Nacional. Na ocasião a Comissão da Assembleia mobilizou os representantes do trade turístico cearense e a participação se deu por meio de videoconferência na Assembleia Legislativa, culminando com propostas de Emendas com a finalidade de aperfeiçoar a mencionada lei;

- LEI Nº 12.591. De 18 de janeiro de 2012 foi outra lei federal que teve participação do Poder Legislativo cearense. Reconhece a profissão de Turismólogo e disciplina o seu exercício. A Comissão da Assembleia debateu com os interessados em Audiência Pública sobre esta temática e encaminhou para os deputados federais da bancada cearense a reivindicação do reconhecimento da atividade para o exercício da profissão.

Na legislação estadual sobre turismo, as normas constitucionais, analisadas, discutidas e aprovadas pela CICTS da ALECE, encaminhadas ao Plenário desta Casa Legislativa e sancionadas pelo governo estadual são as apresentadas no Quadro 4.

Quadro 4 – Leis estaduais do turismo

DATA	A QUE SE DISPÕE	AUTORIA	TEXTO DA LEI
LEI Nº 9.511 13/09/71	Institui órgãos destinados a realizar atividades turísticas no Estado.	Governador do Estado do Ceará Humberto Bezerra	Para realização das atividades turísticas do Estado, ficam criados e vinculados à Secretaria da Indústria e Comércio os seguintes órgãos: Conselho Estadual de Turismo (CETUR) e Empresa Cearense de Turismo S.A. (EMCETUR).
LEI Nº 12.418 06/04/95	Autoriza o poder Executivo ao contratar com o Banco do Nordeste do Brasil S/A financiamento para o Prodetur	Governador do Estado do Ceará Moroni Bing Torgan	Autoriza o poder Executivo ao contratar com o Banco do Nordeste do Brasil S/A financiamento no âmbito do programa de Ação para o desenvolvimento do turismo no Nordeste (PRODETUR)
LEI Nº 12.456 16/06/95	Cria a Secretaria Estadual de Turismo do Ceará	Governador do Estado do Ceará Tasso Ribeiro Jereissati.	Compete planejar, coordenar, executar, fiscalizar, promover, informar, integrar e supervisionar as atividades pertinentes ao Turismo. Fomentar o desenvolvimento através de investimentos locais, nacionais e estrangeiros.

DATA	A QUE SE DISPÕE	AUTORIA	TEXTO DA LEI
LEI Nº 12.476 21/07/95	Autoriza o Poder Executivo alterar denominação da CODITUR para CODECE	Governador do Estado do Ceará, Tasso Ribeiro Jereissati	Todas as atividades ligadas á indústria do turismo do Estado do Ceara serão transferidas da Companhia de Desenvolvimento Industrial e Turístico do Estado do Ceará (CODITUR), para a Secretaria de Turismo.
LEI Nº 12.961 03/11/99	Cria na Estrutura do Poder Executivo Estadual, a Secretaria da Infraestrutura e a Secretária do Turismo (SETUR)	Governador do Estado do Ceará Tasso Ribeiro Jereissati.	Cria na Estrutura do Poder Executivo Estadual, a Secretaria da Infra-Estrutura, extingue a Secretaria dos Transportes, Energia, Comunicações e Obras (SETECO) e a Secretaria do Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente (SDU); reestrutura a Secretaria do Trabalho e Ação Social (STAS), a Secretaria do Planejamento e Coordenação (SEPLAN), a Secretaria da Saúde-SESA, a Secretaria da Cultura e Desporto (SECULT) e a Secretária do Turismo (SETUR).
LEI Nº 13.078 20/12/00	Dispõe sobre a criação do Conselho Estadual de Preservação do Patrimônio Cultural do Estado do Ceará.	Governador do Estado do Ceará, Tasso Ribeiro Jereissati	Fica instituído o Conselho Estadual de Preservação do Patrimônio Cultural do Estado do Ceará, órgão colegiado, de assessoramento cultural, vinculado à Secretaria da Cultura e Desporto.

DATA	A QUE SE DISPÕE	AUTORIA	TEXTO DA LEI
LEI Nº 13.117 05/06/01	Autoriza o Estado do Ceará, por intermédio da Secretaria do Turismo (SETUR), a participar na qualidade de instituidor/mantenedor, da Fundação Comissão de Turismo Integrado de Nordeste (CTI/NE), e de outros organismos nacionais e internacionais	Governador do Estado do Ceará Tasso Ribeiro Jereissati.	Fica o Estado do Ceará através da Secretaria do Turismo, autorizada a participar, na qualidade de membro associado, de organismos máximos nacionais e internacionais, voltados para a promoção e o incentivo do turismo.
LEI Nº 14.099 09/04/08	Autoriza o Poder Executivo a contratar empréstimos junto ao Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID)	Governador do Estado do Ceará – Cid Ferreira Gomes.	Fica o Poder Executivo autorizado a contratar e garantir financiamento com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), com garantia da República Federativa do Brasil, em operação de crédito no limite em reais equivalentes a até US\$ (42.095.000,00) quarenta e dois milhões e noventa e cinco mil dólares) destinada ao financiamento do Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo – Ceará, (Prodetur Nacional – Ceará).

DATA	A QUE SE DISPÕE	AUTORIA	TEXTO DA LEI
LEI Nº 14.240 11/11/08	Altera o art. 1º da Lei Nº14.099 de 09 de abril de 2008	Governador do Estado do Ceará – Cid Ferreira Gomes	Altera o art. 1º da Lei Nº14.099 de 09 de abril de 2008 que passa a vigorar com a seguinte redação: Fica o Poder Executivo autorizado a contratar e garantir financiamento com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), com garantia da República Federativa do Brasil, em operação de crédito no valor de até US\$ 150.000.000,00 (cento e cinquenta milhões de dólares americanos), destinada ao financiamento do Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo – Ceará, (Prodetur Nacional – Ceará).
LEI Nº 13.344 23/07/03	Dispõe sobre o Conselho Estadual de Turismo, e dá outras providências.	Governador do Estado do Ceará – Lucio Gonçalo de Alcântara	CETUR é um órgão colegiado de caráter consultivo, com a finalidade de sugerir diretrizes gerais para o desenvolvimento turístico do Ceará e de propor soluções concernentes a essa atividade, passando a vincular-se à Secretaria Estadual do Turismo.
LEI Nº 13.55930 /12/04	Acresce incisos no art. 2º da Lei Nº 13.344 de 23 de julho de 2003.	Governador do Estado do Ceará – Lúcio Gonçalo de Alcântara	Acresce incisos no art.2º da Lei Nº 13.344 de 23 de julho de 2003, que trata da composição do Conselho Estadual de Turismo (CETUR).
LEI Nº 13.469 11/05/04	Autoriza o Poder Executivo a contratar com o Banco do Nordeste do Brasil S/A financiamento para o PRODEUR/NE.	Governador do Estado do Ceará – Lúcio Gonçalo e Alcântara	Fica o Poder Executivo autorizado a contratar operação de crédito destinado à execução do Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo do Nordeste (PRODETUR II). O Poder Executivo fará incluir, nos Planos Plurianuais, nas Leis de Diretrizes Orçamentárias e nas propostas orçamentárias anuais, dotações suficientes à cobertura das responsabilidades financeiras do Estado, decorrentes da execução desta Lei.

DATA	A QUE SE DISPÕE	AUTORIA	TEXTO DA LEI
LEI Nº 13.461 27/04/04	Reconhece o município de Juazeiro do Norte como Capital Cearense do Turismo Religioso	Iniciativa do Poder Legislativo por meio da deputada estadual Anapaula Cruz	A religiosidade de Juazeiro do Norte, reconhecida e legitimada pela criação da lei, que potencializa o turismo religioso na região.
LEI Nº 13.555 29/12/04	Extingue a Divisão de Apoio ao Turista e cria a Delegacia de Proteção ao Turista.	Sancionada pelo governador do Estado do Ceará em exercício, Francisco de Queiroz Maia Júnior	Cria na estrutura organizacional da Superintendência da Polícia Civil, vinculada à Secretaria de Segurança Pública e Defesa Social (SSPDS), a Delegacia de Proteção ao Turista, como Delegacia Especializada.
LEI N.º 13.634 20/07/05	Dispõe sobre a Política Estadual de incentivo ao turismo para o Idoso.	Iniciativa da deputada estadual Gislaine Landim	Considera-se turismo para idoso a prática das atividades adequadas e planejadas para pessoas maiores de 60 (sessenta) anos, no contexto turístico, visando a melhor qualidade de vida da terceira idade. Para o crescimento do turismo que se pretende alcançar, conforme dispõe o caput do art. 1.º, o Poder Executivo estabelecerá normas e diretrizes para os programas governamentais e empreendimentos privados voltados para os idosos
LEI N.º 13.653 09/09/05	Institui o Dia Estadual do Turismo, a ser comemorado, anualmente, em 05 de março.	Iniciativa do deputado estadual Francisco Caminha	A Lei sancionada, pelo Governador do Estado do Ceará em exercício, Francisco de Queiroz Maia Júnior, reconhece a importância do turismo ao instituir uma data por meio de norma constitucional para comemorar o turismo no Estado.
LEI Nº 13.865 03/01/07	Dispõe sobre o Dia Estadual dos Agentes e Operadores de Turismo	Iniciativa da deputada estadual Anapaula Cruz	A lei reconhece o trabalho dos agentes e operadores do turismo cearense.

DATA	A QUE SE DISPÕE	AUTORIA	TEXTO DA LEI
LEI Nº 14.050 03/01/08	Estabelece diretrizes de uso e ocupação da Área e Proteção Ambiental (APA), da lagoa do Uruaú, situada no município de Beberibe.	Governador do Estado do Ceará – Cid Ferreira Gomes	Estabelece diretrizes de uso e ocupação da Área e Proteção Ambiental (APA), da lagoa do Uruaú, situada no município de Beberibe. A lei visa compatibilizar a utilização dos recursos naturais com a proteção da biodiversidade, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da região.
LEI Nº 14.169 15/07/08	Cria a semana cultural denominada Patativa do Assaré, no âmbito do Estado do Ceará.	Iniciativa do deputado Ronaldo Martins	Cria a semana cultural denominada Patativa do Assaré, no âmbito do Estado do Ceará. A semana cultural Patativa do Assaré, ocorrerá anualmente, na semana que compreende o dia 05 do mês de março, data em que se comemora o aniversário de nascimento do poeta cearense Patativa do Assaré.
LEI Nº 14.176 30/07/08	Fica instituído o Projeto Turismo Educativo	Iniciativa do Deputado Francisco Caminha	Projeto Turismo Educativo que visa ao acesso dos alunos das escolas da rede pública estadual de ensino ao acervo cultural, artístico e turístico do Estado do Ceará.
LEI Nº 12.302 17/05/94	Institui cobrança de meia entrada em estabelecimentos culturais e de lazer do estado do Ceará	Iniciativa do deputado Francisco Aguiar	Fica assegurado o abatimento de cinquenta por cento 50% do valor efetivamente cobrado para o ingresso em casas de diversões, de espetáculos teatrais, musicais, circenses, em casas de exibição cinematográfica, similares das áreas de cultura e lazer do Estado do Ceará.
LEI Nº14.290 07/01/09	Dispõe sobre afixação de cartazes contendo a expressão: “Diga não ao turismo sexual”. Disque 100.	Iniciativa da deputada Lívia Arruda	Hotéis, pousadas, pensões, restaurantes, bares, casas de shows, boates, similares, estabelecidos no Estado do Ceará, ficam obrigados afixarem cartazes contendo a expressão “Diga não ao turismo sexual – Disque 100”.

DATA	A QUE SE DISPÕE	AUTORIA	TEXTO DA LEI
LEI Nº14.598 05/01/10	Dispõe sobre a inclusão da missa do vaqueiro no calendário oficial de eventos, realizada no município de Pacatuba, Estado do Ceará.	Iniciativa do deputado Stanley Leão	Fica incluída no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará, a missa do vaqueiro realizada no município de Pacatuba no Estado do Ceará.
LEI Nº14.599 05/01/10	Dispõe sobre a inclusão da missa do vaqueiro no calendário oficial de eventos, realizada no município de Guaiúba no Estado do Ceará.	Governador do Estado do Ceará em exercício, Domingos Gomes Aguiar Filho	Fica incluída no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará, a missa do vaqueiro realizada no município de Gaiúba no Estado do Ceará.
LEI Nº14.6 0205/01/10	Institui a semana estadual do hip hop no estado do Ceará	Iniciativa do deputado Artur Bruno	Fica incluída no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará, a semana do hip hop que será comemorada na semana que incidir o dia 30 do mês de novembro.
LEI Nº 14.625 26/02/10	Institui o dia estadual do vaqueiro	Governador do Estado do Ceará Cid Ferreira Gomes	Fica instituído o dia estadual do vaqueiro a ser comemorado anualmente no dia 22 de agosto.

DATA	A QUE SE DISPÕE	AUTORIA	TEXTO DA LEI
LEI Nº14.723 26/05/10	Institui no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará, a Fest Noivas Ceará	Iniciativa dos deputados Artur Bruno e Cirilo Pimenta	Fica instituído no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará, a Fest Noivas Ceará, realizada anualmente no mês de março.
LEI Nº 14.743 29/06/10	Dispõe sobre a inclusão do evento Forricó no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará.	Iniciativa do deputado Neto Nunes	Dispõe sobre a inclusão do evento Forricó no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará, realizado anualmente no mês de julho na cidade de Icó no Estado do Ceará.
LEI Nº14.778 09/08/10	Inclui no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará, a festa do escargot e frutos do mar da praia da Taíba, no município de São Gonçalo do Amarante-Ceará.	Iniciativa do deputado Teo Menezes	Inclui no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará, a festa do escargot e frutos do mar da praia da Taíba, no município de São Gonçalo do Amarante-Ceará.

DATA	A QUE SE DISPÕE	AUTORIA	TEXTO DA LEI
LEI Nº14.784 09/08/10	Inclui no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará, o festival gastronômico da arraia da Praia da Barra Nova, no município de Cascavel-Ceará	Iniciativa do deputado Teo Menezes	Inclui no calendário oficial de eventos do Estado do Ceará, o festival gastronômico da arraia da Praia da Barra Nova, no Município de Cascavel-Ceará
LEI Nº14.852 28/12/10	Denomina aeroporto de Aracati Dragão do Mar o aeroporto do Polo turístico de Canoa Quebrada no município de Aracati	Iniciativa do deputado Sergio Aguiar	Denomina aeroporto de Aracati Dragão do Mar o aeroporto do Pólo turístico de Canoa Quebrada no município de Aracati
LEI Nº14.899 25/04/11	Reconhece o município de Guaramiranga como a capital do jazz e do blues do Estado do Ceará.	Iniciativa do deputado Daniel Oliveira	Reconhece o município de Guaramiranga como a capital do jazz e do blues do Estado do Ceará.
LEI Nº 14.902 25/04/11	Inclui a festa do caju – cajufest, que acontece no município do Tururu, no calendário turístico do Estado do Ceará.	Iniciativa do deputado João Jaime	Inclui a festa do caju – cajufest, que acontece no município do Tururu, no calendário turístico do Estado do Ceará.

DATA	A QUE SE DISPÕE	AUTORIA	TEXTO DA LEI
LEI N° 14.910 25/04/11	Dispõe sobre a inclusão da semana do Padre Cícero, realizada no município de Juazeiro do Norte, no calendário oficial de eventos no Estado do Ceará	Governador do Estado do Ceará em exercício, Domingos Gomes de Aguiar Filho	Dispõe sobre a inclusão da semana do Padre Cícero, realizada no município de Juazeiro do Norte, no calendário oficial de eventos no Estado do Ceará, realizada anualmente no período de 18 a 24 do mês de março.
LEI N° 14.926 24/05/11	Reconhece o município de Caucaia como a capital do surf e kitesurf do Estado do Ceará.	Governador do Estado do Ceará Cid Ferreira Gomes	Reconhece o município de Caucaia como a capital do surf e kitesurf do Estado do Ceará.
LEI N° 14.999 12/09/11	Reconhece o município de Maracanaú como a capital junina do Estado do Ceará.	Governador do Estado do Ceará Cid Ferreira Gomes	Reconhece o município de Maracanaú como a capital junina do Estado do Ceará.
LEI N° 15.030 25/10/11	Inclui no calendário turístico estadual a caminhada de Nossa Senhora da Assunção	Governador do Estado do Ceará Cid Ferreira Gomes	Fica incluído no calendário turístico estadual o evento denominado caminhada de Nossa Senhora da Assunção, que ocorre anualmente do santuário de Nossa Senhora da Assunção, na Barra do Ceará, até a catedral metropolitana de Fortaleza, no dia 15 do mês de agosto, na cidade de Fortaleza.

DATA	A QUE SE DISPÕE	AUTORIA	TEXTO DA LEI
LEI Nº 15.031 25/10/11	Reconhece o município de Tabuleiro do Norte como capital do caminhoneiro e inclui o festival do caminhoneiro no calendário oficial de turismo do Estado do Ceará	Iniciativa do deputado Fernando Hugo	Fica reconhecido o município de Tabuleiro do Norte como capital do caminhoneiro e inclui o festival do caminhoneiro no calendário oficial de turismo do Estado do Ceará, sendo realizado anualmente na primeira semana do mês de setembro.
LEI Nº 15.050 21/11/11	Reconhece o município de Acaraú como a capital do camarão da costa negra do Estado do Ceará.	Governador do Estado do Ceará em exercício Domingos Gomes de Aguiar Filho.	Reconhece o município de Acaraú como a capital do camarão da costa negra do Estado do Ceará.
LEI Nº 15.065 20/12/11	Dispõe sobre turismo rural na agricultura familiar	Iniciativa do deputado Sergio Aguiar	Fica definido Turismo Rural na Agricultura Familiar do estado do Ceará, as atividades turísticas que ocorrerem n Unidade de Produção Agrícola Familiar, objetivando promover o desenvolvimento rural sustentável mediante a implantação e fortalecimento pelos agricultores familiares das atividades turísticas integradas aos arranjos produtivos locais.
LEI Nº 15.067 20/12/11	Inclui no roteiro turístico oficial do Estado do Ceará, o município de Lavras da Mangabeira	Governador do Estado do Ceará Cid Ferreira Gomes	Inclui no roteiro turístico oficial do Estado do Ceará, o município de Lavras da Mangabeira.

DATA	A QUE SE DISPÕE	AUTORIA	TEXTO DA LEI
LEI N° 15.074 21/12/11	Considera patrimônio cultural imaterial do Estado do Ceará a festa do vaqueiro, realizada anualmente no distrito de Itapebussu, município de Maranguape.	Governador do Estado do Ceará Cid Ferreira Gomes	Fica considerado patrimônio cultural imaterial do Estado do Ceará a festa do vaqueiro, realizada anualmente no distrito de Itapebussu, município de Maranguape. Será constituída de apresentações de vaquejada, cantorias, repentistas, aboiadores, outras atividades folclóricas e talentos regionais, além da feira de artesanato e a tradicional missa do vaqueiro.
LEI N° 15.090 28/12/11	Regulamenta a oferta de serviços do tipo couvert de mesa no Estado do Ceará.	Governador do Estado do Ceará Cid Ferreira Gomes	Os estabelecimentos comerciais do tipo restaurantes, lanchonetes, bares e seus congêneres, que oferecem serviços de couvert de mesa deverão afixar em local de visível acesso ao consumidor a descrição clara do serviço pago a mais pelo serviço.
LEI N° 15.112 02/01/12	Regulamenta a oferta de serviços do tipo couvert artístico no Estado do Ceará.	Governador do Estado do Ceará Cid Ferreira Gomes	Os estabelecimentos comerciais do tipo restaurantes, lanchonetes, bares e seus congêneres, que oferecem serviços de couvert artístico, deverão afixar em local de visível acesso ao consumidor a descrição clara do serviço pago a mais pelo serviço.

Fonte: Assembleia Legislativa do Ceará – Comissão de Turismo.

O Quadro apresenta quarenta e quatro leis estaduais, com relevância na temática turismo elaboradas no âmbito do Poder Legislativo Estadual do Ceará. Propõem-se a atender demandas sociais e a construir políticas públicas que respondam anseios e necessidades básicas dos núcleos receptores do turismo cearense. A Lei nº 9.511 de 13/09/71, primeira lei a assumir a feição de política pública, cria os órgãos destinados a realizar as atividades turísticas do Estado do Ceará, pois até então não existia nenhuma regulamentação. O intervalo de 24 anos sem legislação estadual em turismo há de se levar em consideração o contexto histórico e o perfil dos gestores da época, visto que não existia o entendimento sedimentado de que os serviços turísticos enquanto atividade, somada ao comércio, alavancam ainda mais a economia do Estado, sendo, portanto, de interesse político.

Analisando-se as leis e os autores verifica-se que Lei Nº 9.511 institui dois órgãos destinados a realizar atividades turísticas no Estado, vinculados à Secretaria da Indústria e Comércio: Conselho Estadual do Turismo (CETUR) e a Empresa Cearense de Turismo (EMCETUR), primeiros órgãos oficiais e com ações específicas para o turismo. Inicia-se uma trajetória de perspectivas para legitimar as atividades turísticas com a criação de políticas públicas para a atividade turística.

A Lei Nº 12.456, de 16.06.95 (D.O. de 19.06.95), cria a Secretaria Estadual do Turismo, A legitimação da Secretaria Estadual de Turismo (SETUR), foi de grande importância no fortalecimento de ações que promovem o Estado como destino turístico nacional e internacional. O chefe do Poder Executivo que cria a SETUR, Tasso Jereissati, autoriza ao orçamento vigente, créditos especiais no montante de R\$ 18.539.870,00 (dezoito milhões, quinhentos e trinta e nove mil, oitocentos e setenta reais), destinados aos encargos decorrentes da implantação e funcionamento da Secretaria do Turismo do Ceará. A missão da SETUR é tornar o Ceará destino turístico consolidado, gerador de negócios econômicos e desenvolvimento regional e municipal, com vistas a construção de uma imagem própria, respeitando o aspecto natural, histórico e cultural do Estado. Embora a SETUR colabore com o desenvolvimento do turismo no Estado, e entenda-se ser difícil conciliar interesses, sabe-se que a ausência de gestão integrada para o setor de turismo, favorece resultados negativos

para a comunidade, tais como: especulação imobiliária, perda de identidade cultural e prejuízos ambientais.

Outra lei relevante para o turismo estadual é a Lei Nº 12.961, de 03.11.99 (D.O. de 03.11.99), que cria na Estrutura do Poder Executivo Estadual, a Secretaria da Infraestrutura, extingue a Secretaria dos Transportes, Energia, Comunicações e Obras (SETECO) e a Secretaria do Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente (SDU); reestrutura a Secretaria do Trabalho e Ação Social (STAS), a Secretaria do Planejamento e Coordenação (SEPLAN), a Secretaria da Saúde (SESA), a Secretaria da Cultura e Desporto (SECULT) e a Secretária do Turismo (SETUR) e as entidades que indica; autoriza a extinção de Órgão, Autarquia, Fundações e Sociedade de Economia Mista e dá outras providências. A criação da Secretaria de Infraestrutura e a reestruturação da SETUR somam esforços para incrementar o turismo cearense e reforçam investimentos públicos para consolidar o Ceará como importante destino turístico. Parlamentares do Ceará elegem a infraestrutura turística como um dos principais eixos nas emendas de bancada apresentadas ao projeto de lei orçamentária de 2013 (PLN 24/12).

A Lei Nº 13.117, de 05.06.01 (D.O. de 13.06.01) autoriza o Estado do Ceará, por intermédio da SETUR, a participar na qualidade de instituidor/mantenedor, da Fundação Comissão de Turismo Integrado de Nordeste (CTI/NE), e de outros organismos nacionais e internacionais. A lei objetiva consolidar o turismo como vetor de desenvolvimento regional. A participação da SETUR como membro associado de organismos máximos nacionais e internacionais é fator relevante para o turismo cearense, assim, gestores do turismo priorizam ações que beneficiem pequenas cidades, comunidades e a cultura do Estado do Ceará, focando estratégias que trabalhem atividades turísticas do local para o global.

A Comissão de Indústria, Comércio, Turismo e Serviços da Assembleia Legislativa do Ceará, recebe emendas à matéria que trata da Lei Nº 13.344, de 23.07.03 (D.O. de 28.07.03) que dispõe sobre o Conselho Estadual de Turismo. Trata-se de um colegiado, de caráter consultivo, que tem como finalidade básica, sugerir diretrizes gerais

para o desenvolvimento turístico do Ceará, além de propor soluções adequadas à atividade turística. É composto por 23 membros de várias entidades, ligadas direta ou indiretamente ao turismo, e presidido pelo secretário de turismo do Estado.

A Lei que autoriza o Poder Executivo a contratar com o Banco do Nordeste do Brasil S/A (BNB) financiamento no âmbito do Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE) é a Lei N° 13.469, de 11.05.04 (D.O. de 11.05.04). Iniciativa do Poder Executivo, sancionada pelo governador Lúcio Alcântara. A atividade turística era ainda incipiente na maior parte dos Estados, apresentando potencial turístico no Ceará, notadamente na faixa litorânea. De acordo com a política de desenvolvimento do turismo do país, o Governo Federal e os governos estaduais reuniram-se para elaboração conjunta de um plano de ação para o desenvolvimento do turismo no Nordeste, parte do qual seria financiado por um amplo projeto que foi especialmente criado para essa finalidade. Assim surge o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste do Brasil (PRODETUR/NE), concebido como um Programa Global de Investimentos Múltiplos, com recursos repassados para os estados participantes via contratos de sub-empréstimo. O PRODETUR/NE foi inovador no que se refere a integração entre governos com foco no planejamento territorial, implantando infraestruturas urbanas necessárias, porém, o programa esbarra em dificuldades quando não consegue articular o turismo com outras atividades econômicas e promover benefícios sociais às cidades e comunidades situadas nas áreas impactadas pelo PRODETUR. Os conceitos de planejamento participativo e desenvolvimento sustentável, qualidade de vida tornam-se dúbios na comunicação quando sujeitos lhe atribuem conteúdos diferenciados, sem ter em vista que a sustentabilidade depende da participação local e inclusão social.

A Lei N° 13.461 de 27.04.04 (D.O. de 03.05.04), iniciativa do Poder Legislativo, da deputada estadual Anapaula Cruz, reconhece o município de Juazeiro do Norte como capital cearense do turismo religioso. A referida lei foi decretada pela Assembleia Legislativa do Ceará e sanciona na data de 27 de abril de 2004, pelo governador do Estado, Lúcio Alcântara. A religiosidade de Juazeiro do Norte foi

reconhecida e legitimada pela criação da lei, que potencializa o turismo religioso na região, que recebe milhares de romeiros peregrinam e onde há fomento para o turismo. Sabe-se que políticas públicas direcionadas ao turismo, favorecem o desenvolvimento da atividade. Por lei é reconhecido o Município de Juazeiro do Norte como polo de turismo religioso, mas não prioriza a infraestrutura da cidade para receber os peregrinos. Poderiam também ter considerado Canindé que recebe turistas na mesma proporção e não possui infraestrutura urbana. Mas ao legislador so interessava sua região.

A Lei Nº 13.555, de 29.12.04 (D.O. de 30.12.04), iniciativa do Poder Executivo, decretada pela Assembleia Legislativa do Ceará e sancionada pelo governador do Estado do Ceará em exercício, Francisco de Queiroz Maia Júnior em 29 de dezembro de 2004 para extinguir a Divisão de Apoio ao Turista e criar a Delegacia de Proteção ao Turista. A referida Lei cria na estrutura organizacional da Superintendência da Polícia Civil, vinculada à Secretaria de Segurança Pública e Defesa Social (SSPDS), a Delegacia de Proteção ao Turista, como Delegacia Especializada. Compete à Delegacia de Proteção ao Turista dar apoio e atender ao turista, na circunscrição do Estado do Ceará, no que concerne a integridade física e psíquica e a atos de cidadania, bem como prevenir e reprimir crimes da competência estadual em que o turista seja vítima, incluindo as atividades de polícia judiciária. Tendo em vista a deficiência da segurança pública para residentes, as políticas públicas de seguranças deveriam atender em especial os residentes, ou seja, a vida na Metrópole. Se essa segurança fosse eficiente não haveria necessidade de organizar segurança para turistas. Delegacia de proteção a turista leva o residente a reclamar e com razão. Os governos sabem que uma cidade só é boa para residente se for boa para turista.

A Lei N.º 13.634, de 20.07.05 (D.O. de 28.07.05), iniciativa da deputada estadual Gislaíne Landim, dispõe sobre a Política Estadual de incentivo ao turismo para o idoso. A Lei foi sancionada em 28 de junho de 2005 pelo governador do Estado do Ceará, Lúcio Alcântara. A Política Estadual de Incentivo ao Turismo para o Idoso consiste na formulação da política do desenvolvimento turístico do Estado voltada para geração de emprego e renda. Considera-se turismo para idoso a prática das atividades adequadas e planejadas para pessoas maiores de

sessenta anos, visando melhor qualidade de vida da terceira idade. É desafio para os idosos o acesso ao turismo quando os cenários brasileiros e cearenses dependem da condição econômica para definir questões de inclusão social. A política pública poderia voltar-se ao lazer local dos idosos criando espaços para diversão e entretenimento do grupo, de modo que o ancião turista também pudesse usufruir.

A Lei N° 13.653, de 09.09.05 (D.O. de 14.09.05), iniciativa do deputado estadual Francisco Caminha institui o Dia Estadual do Turismo, comemorado anualmente, em 05 de março. A Lei foi sancionada em Fortaleza em 09 de setembro de 2005, pelo governador do Estado do Ceará em exercício, Francisco de Queiroz Maia Júnior. A lei reconhece a importância do turismo ao instituir uma data por meio de norma constitucional para comemorar o turismo no Estado. Já no dia 1º de março fica instituída a Lei N° 13.865, de 03.01.07 (D.O. de 07.02.07) como o Dia Estadual dos Agentes e Operadores de Turismo. Iniciativa da deputada estadual Anapaula Cruz e sancionada pelo Governador do Estado do Ceará, Cid Ferreira Gomes em Fortaleza, em 03 de janeiro de 2007. A lei reconhece o trabalho dos agentes e operadores do turismo cearense. A iniciativa dos legisladores por meio de normas constitucionais favorece o turismo, mas a política pública não fortalece o engajamento dos sujeitos: comunidade, esfera governamental e o turista, dentro da perspectiva que são sujeitos envolvidos no processo. Poderia ter sido pensado para a data, o encontro do residente com os visitantes ou turistas para criar a cultura do turismo no Estado e acabar a falácia de que o turismo é degradador.

Em relação à preocupação do Estado com o turismo educativo, foi instituído por meio da Lei N° 14.176, de 30.07.08 (D.O. de 31.07.08), o Projeto Turismo Educativo que objetiva o acesso de alunos das escolas da rede pública estadual de ensino ao acervo cultural, artístico e turístico do Estado do Ceará. O Projeto consiste na elaboração e execução de roteiros de visitas para as escolas, organizados por município ou região. Cada escola inscrita terá assegurada a participação no projeto, pelo menos uma vez ao ano. O Projeto poderá ser patrocinado, total ou parcialmente, por empresas particulares que terão direito a ampla divulgação do patrocínio. Independentemente dos patrocínios, de que trata o Caput deste artigo, o Poder Público poderá buscar parcerias com

a iniciativa privada, com a finalidade de favorecer o desenvolvimento do Projeto. Iniciativa do deputado Francisco Caminha e sancionada pelo Governador do Estado do Ceará, Cid Ferreira Gomes na data de 30 de julho de 2008.

A Lei N° 14.290, de 07.01.09 (D.O. de 12.01.09), iniciativa da deputada estadual Lívia Arruda, dispõe sobre a afixação de cartazes contendo a expressão “Diga Não ao Turismo Sexual. Disque 100” nos estabelecimentos. A norma constitucional determina que os hotéis, pousadas, pensões, restaurantes, bares, casas de shows, boates e similares, estabelecidos no Estado do Ceará, ficam obrigados afixarem cartazes contendo a expressão “DIGA NÃO AO TURISMO SEXUAL. DISQUE 100”. O cartaz escrito com letras maiúsculas e exposto em local visível ao público, para possibilitar visualização à distância, com versões idênticas nas línguas portuguesa, inglesa e espanhola. A Lei representa uma forma de coibir o turismo sexual nos estabelecimentos públicos cearenses. A norma constitucional foi sancionada em Fortaleza, em 07 de janeiro de 2009. A Lei necessita de fiscalização para que seja cumprida de forma eficiente e cumpra a proposta do texto na formatação constitucional. Sabe-se que não são cartazes que vão inibir os violadores.

A Lei N.º 15.065, de 20.12.11 (D.O. de 26.12.11), política pública elaborada e aprovada pela Comissão de Indústria, Comércio, Turismo e Serviços para o segmento turismo rural na agricultura familiar, foi construída de forma participativa. O Projeto de Lei de autoria do deputado Sérgio Aguiar foi debatido antes da aprovação pela sociedade, em audiência pública e recebeu Emenda para aperfeiçoamento sugerida pelos destinatários finais da Lei, conforme prevê a logística. A norma constitucional foi sancionada e está em vigor. Dispõe sobre o turismo rural na agricultura familiar. Segundo a lei fica definido como Turismo Rural na Agricultura Familiar do Estado do Ceará, as atividades turísticas que ocorrerem na Unidade de Produção Agrícola Familiar, objetivando promover o desenvolvimento rural sustentável mediante à implantação e fortalecimento, pelos agricultores familiares, das atividades turísticas integradas aos arranjos produtivos locais, respeitando e compartilhando o modo de vida, patrimônio cultural e natural, com geração de renda e trabalho no meio rural e consequente melhoria das condições de vida.

A Lei N° 15.067/11, de autoria do deputado estadual Daniel Oliveira, inclui no roteiro turístico oficial do Estado, o município de Lavras da Mangabeira, região Centro-Sul. A lei, publicada no Diário Oficial, evidencia a beleza da região que tem como referência Boqueirão de Lavras, uma espécie de canyon em meio a serra de mesmo nome, aberto pelo rio Salgado. A norma constitucional não faz referência à estrutura que o município necessita para trabalhar o turismo como fator de desenvolvimento local. Apenas mencionar a beleza da região, não é suficiente, há que criar mecanismos para valorizá-la.

Embora o Poder Legislativo do Estado do Ceará tenha papel fundamental na elaboração e decreto das leis que tratam do turismo, tais ações não se apresentam desprovidas de intenções e interesses dos legisladores. É frequente a constatação de que o Estado não exerce seu papel de forma competente e eficiente na elaboração das políticas públicas que beneficiem a sociedade. A atual conjuntura política e econômica demonstra a participação, cada vez menor do Estado no âmbito do funcionamento em prol do bem estar do cidadão e da comunidade. Esta lacuna deixa muitas atividades a mercê das forças de mercado. O turismo como atividade intimamente ligada ao capital, sofre alterações e promove inclusão mas sobretudo exclusão. Há os que sofrem impactos negativos e os empresários que somente lucram com o turismo. Portanto, o turismo necessita de controle das leis e do entendimento dos que fazem as leis sobre a atividade, para que o turismo possa beneficiar igualmente a todos.

A Comissão de Indústria, Comércio, Turismo e Serviços

Comissões Técnicas são órgãos colegiados, criados com o objetivo de permitir aos membros dos parlamentos modernos, estudo, análise, discussão para inclusão nas emendas apresentação de pareceres sobre proposições submetidas a exame. As comissões fazem o acompanhamento e fiscalização dos planos e programas de governo nas áreas de atuação e abrangência temática. Os trabalhos das comissões objetivam aperfeiçoar o funcionamento do Legislativo, como afirma o jurista José Afonso da Silva:

A instituição das comissões corresponde a um princípio instintivo, espontâneo e comumente admitido de método de organização do

trabalho; surgiram por um imperativo da divisão do trabalho e também sob o fundamento de que a discussão dos pormenores é impossível a uma assembleia numerosa o que torna difícil o manejo para debater qualquer coisa, a não ser nos princípios fundamentais. Por isso, todo sistema de governo democrático nomeia pequenos grupos para discutir os assuntos em suas minúcias, os quais encaminham o resultado de seus estudos, para que a assembleia em sessão plena tome a decisão. Por essa razão, desde os primeiros tempos da história do Parlamento inglês, os Comuns instituem comissões, variáveis em tamanho, para considerarem as minudências de novas propostas (SILVA, 2006, p. 98).

Dessa forma, as comissões recebem grupo menor do que os grupos das sessões legislativas para facilitar os trabalhos e a discussão das proposições enviadas para apreciação legislativa. As comissões permanentes funcionam em virtude da demanda da sociedade, amparadas por temas específicos e relevantes nas áreas de atuação com vistas a aprimorar a qualidade da legislação produzida. É tarefa das comissões permanentes examinar as proposições em tramitação, informações, antecedentes e conveniência política, por meio de discussões, que incluem a participação da sociedade em audiências públicas, para, posteriormente deliberar e aprovar o parecer da comissão ao projeto avaliado. As comissões temporárias são formadas para apreciar determinado assunto, caracterizando-se, por apresentarem existência em tempo delimitado, ou seja, elas se extinguem ao término da legislatura, ou antes, dele, quando alcançado o fim a que se destinam, ou quando expirado o prazo de duração. As Comissões Temporárias podem ser de três espécies:

- Especiais: são criadas, prioritariamente, para a emissão de pareceres a Propostas de Emendas à Constituição (PEC). Dispõem, ainda, de competência para tratar da reforma do Regimento Interno.
- Parlamentares de Inquérito: são as chamadas CPIs, que, por força de disposição constitucional comportam poderes de investigação próprios das autoridades judiciais além de outros previstos nos Regimentos das respectivas Casas legislativas. Necessita da existência de requerimento de um terço de

deputados e senadores, para sua criação, e o compromisso de que sua instalação obedece, rigidamente, ao propósito de apuração de fato determinado e por prazo certo, sendo suas conclusões, se for o caso, encaminhadas ao Ministério Público, para que este promova a responsabilização civil ou criminal dos infratores.

- Externas: são instituídas pelo Presidente da Câmara, de ofício, ou a requerimento de qualquer deputado, para cumprir missão temporária autorizada, e estarão sujeitas a deliberação do Plenário quando importarem ônus para a Casa.

As comissões técnicas permanentes da Assembleia Legislativa do Ceará, em número de dezoito, são aquelas que subsistem através da Legislatura. Formadas por cinco a nove deputados, tem entre as atribuições, a realização de audiências públicas com entidades da sociedade civil e nas diversas regiões do Estado; convocar secretários de Estado para subsidiar o processo legislativo ou prestar informações sobre os assuntos inerentes às suas atribuições; receber reclamações, representações ou queixa de qualquer pessoa contra ato ou omissão de autoridade pública, de concessionário de serviço público; acompanhar a elaboração da proposta orçamentária; acompanhar e apreciar programas de obras, planos estaduais, regionais e setoriais de desenvolvimento e sobre eles emitir parecer. As comissões são: Agropecuária;_Ciência, Tecnologia e Educação Superior;_Constituição, Justiça e Redação;_Cultura e Esportes;_Da Infância e Adolescência;_Defesa do Consumidor;_Defesa Social;_Desenvolvimento Regional, Recursos Hídricos, Minas e Pesca;_Direitos Humanos e Cidadania;_Educação;_Fiscalização e Controle;_Indústria, Comércio, Turismo e Serviço;_Juventude;_Meio Ambiente e Desenvolvimento do Semiárido;_Orçamento, Finanças e Tributação;_Seguridade Social e Saúde;_Trabalho, Administração e Serviço Público;_Viação, Transporte, Desenvolvimento Urbano.

A Comissão de Indústria, Comércio, Turismo e Serviços no ato da criação, contava com cinco deputados titulares, cinco suplentes, dois assessores e uma secretária. Foi presidida pela primeira vez pelo deputado estadual Carlomano Marques, seguida e pelo deputado

estadual Osmar Baquit, que em conformidade com o Regimento Interno foi reconduzido ao cargo por mais dois anos, ou seja, até dezembro de 2014. A legislação básica que fundamenta as ações da comissão são as seguintes:

- Constituição Federal de 1988 - Capítulo I do Título VII – Da Ordem Econômica e Financeira (Arts. 170 a 181); Do Título IV – Da Organização dos Poderes; Art. 23 e 24 Competências (BRASIL, 1988);
- Constituição do Estado do Ceará 1989 - (art. 317 e 327); Capítulo IV – Título VII (Art. 241-A) (CEARÁ, 2004);
- Resolução nº 389/96 - Regimento Interno da Assembleia Legislativa CE (art. 48 inciso VI alíneas a, b, c e d). (CEARÁ, 2011).

Os campos temáticos ou área de atividades são previstos no Art. 48, inciso VI, alíneas a, b, c e d do Regimento Interno da Casa legislativa. A CICTS possui por campo temático matérias atinentes às relações econômicas, assuntos relativos ao turismo incentivos e isenções fiscais, política e atividade industrial e comercial e setor econômico. No Regimento Interno da Assembleia Legislativa do Ceará (Art. 47, VI) consta:

- Matérias atinentes às relações econômicas: normalmente são projetos oriundos do Executivo e de iniciativa parlamentar com a finalidade de geração de emprego e renda, melhorar os indicadores econômico e social do Ceará. Ex: Criação do Fundo Estadual de Combate à Pobreza (FECOP). Autorização ao executivo para constituir a Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará (ADECE), que tem como objetivos melhorar a vida do cearense e a competitividade do Estado através do fomento à política de desenvolvimento econômico, industrial, comercial, serviços, agronegócios e de base tecnológica articulando-se com os setores produtivos (agosto de 2007). (Art. 170 – princípios gerais da atividade econômica e 174 – Estado agente normativo e regulador da atividade econômica CF/88);

- Relativos ao turismo: o Ceará tem potencial turístico imenso, localização geográfica estratégica o que facilita o deslocamento de turista do mundo inteiro. Podem ser desenvolvidas no Estado vários segmentos de turismo: natureza, sol e mar (500 km de litoral), religioso, rural, científico, aventura, eventos (Brasil: crescimento anual 10%, receita 44 bilhões e geração de 3 milhões de empregos), científico (caatinga, fósseis, social) etc. Para desenvolver o potencial e alcançar competitividade no mercado interno e externo necessita de políticas voltadas para esta finalidade. (Art. 180 CF/88). PEC atualização da CE – inclusão do “Capítulo denominado Do Turismo”. Ex: A comissão propôs a implantação do Código de Conduta ética no turismo e após muita discussão foi aprovado, apresentou um projeto de Lei disciplinando o turismo para a 3ª idade que foi aprovado e está em vigor. Apresentou emendas e participou do vídeo conferência das discussões da Lei Geral do Turismo que foi sancionada recentemente trata-se da primeira lei única do setor, que visa melhorar a qualidade dos serviços prestados ao turista e incentivar viagens dentro do País. Além de definir responsabilidades e regular as atividades da iniciativa privada responsável pela oferta de serviços e produtos turísticos no Brasil;
- Incentivos e isenções fiscais: (Art. 155, § 2º inciso XII alínea g da CF/88) (Art. 199, inciso XI CE): - Projetos ligados à área tributária. São proposições, assim como também, alteração ou adequação de Leis já existentes Ex: alíquotas de isenções e incentivos fiscais para indústrias que se instalam no Ceará (Lei estadual nº 13.377/03), redução da base de cálculo do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) nas operações internas relativas a óleo combustível, carvão mineral e gás natural destinados a empresa termoelétrica produtora de energia elétrica, tratamento diferenciado a Micro e Pequenas Empresas em adequação a Lei complementar federal nº 123/2006 conhecida com a Lei Geral da Micro e Pequena empresa “Comitê Estadual de Regulamentação e

Implementação do Estatuto Nacional da Micro Empresa e Empresa de Pequeno Porte” (Art. 146, 170 e 179 CF/88 e Art. 327 CE/89);

- Política e atividade industrial e comercial; Setor econômico terciário: - Diretrizes gerais e específicas para as atividades econômicas no Estado Ex: Lei 10.367/79 que instituiu o Fundo de Desenvolvimento Industrial do Estado do Ceará (FDI) e sua constante atualização, implantação de Nota Fiscal eletrônica no Estado do Ceará.

As atribuições da Comissão de Indústria Comércio Turismo e Serviços reúne audiências públicas com entidades organizadas da sociedade civil na capital e no interior do Estado, convoca Secretários para prestar informações inerentes às atribuições. A Comissão recebe petições, reclamações, representações ou queixas de qualquer pessoa contra ato ou omissão de autoridade pública. Acompanha junto ao Poder Executivo a elaboração da proposta orçamentária bem como sua posterior execução. Pode solicitar depoimento de qualquer autoridade ou cidadão – Art. 42 do Regimento Interno e Art. 55 § 2º da Constituição do Ceará (BRASIL, 2004, CEARÁ, 2011). Apesar de tratar da temática turismo, a Comissão, tem função, importantes denominações e áreas de atuação que são: indústria, comércio e serviço. A indicação do nome desta comissão denominada: Indústria, Comércio, Turismo e Serviços aponta ausência de prioridade da temática turismo por parte dos legisladores cearenses, o que evidencia descompasso nas atribuições da comissão. Desafios turísticos locais, ambientais, econômicos, políticos e sociais estão interligados, confunde-se na representação nominal quando funciona agregada as outras áreas temáticas. O fato de atribuir quatro campos de atuação em uma única comissão, minimiza o tema turismo no palco democrático do Poder Legislativo Cearense. Contudo, para que seja formatada uma única comissão que trate a temática turismo com exclusividade, o encaminhamento poderá ser reconhecido conforme apelo social, visto que a Assembleia Legislativa do Ceará é reconhecidamente palco democrático de manifestações.

Outro ponto a ser enfatizado sobre o papel da Comissão no contexto da atividade legislativa refere-se à instrumentalização e

recursos humanos especializados, no sentido de dotá-las de estrutura funcional adequada e suficiente ao cumprimento de sua função que é o assessoramento pleno aos parlamentares integrantes desse colegiado. Assim, a Comissão precisa de especialistas na área de turismo, para exercer o papel em área de atuação.

As principais ações da Comissão são: elaboração de proposições legislativas e subsídios aos deputados. Realização de Audiências Públicas e seus encaminhamentos – mediação de acordos; reuniões ordinárias e extraordinárias; realização de seminários e eventos relacionados a sua área de atuação; espaço do empreendedor; atendimento ao público. A participação da Comissão em conselhos e entidades acontece nos seguintes órgãos: Conselho Nacional das Cidades; Conselho Estadual de Turismo; Conselho Estadual de Desenvolvimento Econômico; Agência de Desenvolvimento Econômico do Estado do Ceará; Instância de Governança do Ministério do Turismo destino indutor Fortaleza; Fórum Permanente de Turismo do Estado do Ceará. As principais realizações da Comissão são:

- Inclusão na Constituição do Estado do Ceará;
- Emendas ao Orçamento e CE;
- Idealização e elaboração do Código de Conduta Ética no Turismo;
- Publicação – resumo do Ciclo de debates;
- Palestras mediante disponibilidade de agenda;
- Reuniões administrativas;
- Realização de Encontros de Secretários Municipais de Turismo do Ceará;
- Conferência das Cidades – delegados eleitos como representantes do ALECE;
- Intercâmbio – com órgãos públicos e sociedade civil organizada;
- Análise de todas as políticas públicas do Ceará referente aos segmentos da área de atuação da Comissão;

- Intermediação junto a FIFA para o Ceará sediar a Copa do Mundo de 2014. Ação conjunto com o Poder Executivo;
- Coletânea de Direito Empresarial (compilação de toda legislação referente aos 4 segmentos que fazem parte da CICTS em nível federal e estadual.

Conclusão

O turismo é um fenômeno político, social, econômico e cultural que envolve movimento de pessoas. É uma atividade impactante que exige controle dos processos e, sobretudo normatização das leis. Tornou-se relevante estudar a legislação que embasa as políticas públicas de turismo entendendo o alcance e o limite da legislação e das políticas.

A Assembleia Legislativa do Ceará que legisla sobre o turismo cearense, elaborou quarenta e quatro leis, que viabilizam à atividade, tendo participação na elaboração de duas leis federais. Foram identificadas as quarenta e quatro leis ordinárias elaboradas e sancionadas pela articulação dos Poderes Legislativo e Executivo. Entende-se que o número de atos normativos, ou seja, leis elaboradas para o avanço do turismo no Ceará, foram em número reduzido, tendo em vista a importância do turismo no Estado, que tem o turismo como “um dos carros chefe” da economia. Sabe-se que as leis são necessárias, mas não são imprescindíveis para o avanço do turismo, contudo podem dar sustentabilidade ao desenvolvimento da atividade.

No âmbito do poder legislativo cearense sobre turismo, foram realizadas no ano de 2012 quatro audiências públicas, seis reuniões ordinárias e quatorze reuniões extraordinárias. Aconteceram seis eventos, como palestras e seminários, treze estudos técnicos e quatro demandas atendidas sobre atividades turísticas cearenses trabalhadas por parlamentares. Não houve nenhuma sessão itinerante e nem emendas sobre a temática estudada.

Pode-se concluir que as quarenta e quatro leis contribuíram, mas muitas delas são simplórias diante dos problemas da realidade do Ceará em relação ao turismo. As leis deveriam contribuir para o combate a erradicação da pobreza por meio do turismo, bem como legislar sobre a responsabilidade social e ambiental das empresas para

oportunizar igualdade para todos os envolvidos, tendo em vista, que o interesse público é pressuposto da legitimidade das políticas públicas. Faltam leis que cobrem a responsabilidade social das empresas de turismo, que ocupam comunidades pobres com potencial turístico. Necessária legislação que se façam cumprir o definido nos relatórios de impactos ambientais quanto a conservação da natureza e dos recursos naturais. Os números das leis de turismo cearense são relativamente reduzidos para um estado que se diz turístico, mostrando a contradição do Estado que prioriza o turismo na economia. Reconhece-se o trabalho da Comissão, entretanto a própria nomenclatura da comissão, por agrupar atividades díspares, mostra que ficam prejudicadas em alguns momentos. O turismo é incluyente e excluyente o poder legislativo cearense deveria trabalhar com visão proativa sobre as possibilidades que o turismo oferece. Conclui-se que há omissão nas discussões e nas proposições em relação as significativas demandas do turismo.

O poder legislativo não só no Ceará precisa contribuir com maior determinação para o desenvolvimento do turismo com políticas que objetivem e viabilizem os direitos dos cidadãos para efetivação das leis que tragam benefícios concretos para os núcleos receptores do turismo. A Assembleia Legislativa do Ceará precisa otimizar a contribuição das políticas de turismo como política de desenvolvimento sócio econômico.

Bibliografia Consultada

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil (1988). Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2004. Com as alterações adotadas pelas Emendas Constitucionais nos 1/92 a 42/2003 e Emendas Constitucionais de Revisão nos 1 a 64/94.

_____. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 21 abr. 2010.

CEARÁ. Assembleia Legislativa. Assembleia Legislativa do Estado do Ceará: regimento interno. Fortaleza: INESP, 2011. 132 p. Disponível em: <<http://www.al.ce.gov.br/index.php/publicacoes?download=126:regimento-interno>>.

_____. Assembleia Legislativa. Constituição do Estado do Ceará 1989: Atualizada, até a Emenda Constitucional nº 56, de 07 de janeiro de 2004. Fortaleza: INESP, 2004.

CORIOLOANO, L. N. Do local ao global: o turismo litorâneo cearense. Campinas, SP: Papirus, 1998. (Coleção Turismo).

CRUZ, R. C. A. Turismo, lazer e políticas de desenvolvimento local. Manaus: [s.n.], 2001.

SILVA, J. A. Processo constitucional de formação das leis. 2. ed. São Paulo: Malheiros, 2006. v. 1. 373 p.

ORIENTAÇÃO AO TURISTA: MANUAIS DE VIAGEM E GUIAS IMPRESSOS

José Hugo Costa Martins¹¹³

Sandra Maia-Vasconcelos¹¹⁴

Introdução

É crescente a quantidade de pessoas que viajam sozinhas, fora de pacotes turísticos, e que usam manuais e guias turísticos como forma de obtenção de informações nas viagens. Esse viajante é considerado independente, por não viajar em excursões e nem acompanhados de guia de turismo, a pessoa que passa as informações. Entre os critérios para definir turistas, temos aquelas que viajam sozinhas, os que viajam em grupos pequenos; os não buscam ajuda de agências de viagens; procuram não se suggestionar por expectativas de pessoas da família e amigos; têm modo diferente de planejar as viagens; apreciam escrever relatos das viagens e trocar informações e dicas com outros viajantes. Viajar por conta própria torna-se cada vez mais fácil com ajuda de guias e manuais de conversação. Antigamente, o turista dependia da ajuda totalmente de guia de turismo – ou, no mínimo, de um fax, não havia internet. Contemporaneamente, torna-se possível comprar passagens, reservar hotéis, restaurantes e comprar tickets para eventos em qualquer país pela internet. Fazer compras *on-line*, tais como comprar passagens em companhias aéreas *low cost*, albergues e *bed & breakfast*, pode resultar em economia, além de imprimir marcas pessoais no roteiro escolhido.

Para viajantes independentes é questão de prazer resolver demandas de viagem, é como preparar um sonho com as próprias mãos. Turismo independente é uma forma de viajar que se amplia em muitos países com a popularização da internet e o acesso facilitado às informações. É cada vez maior o número de turistas que se programam

113 Mestre em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará. Servidora pública da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará.

114 Doutora em Educação pela Universidade de Nantes. Professora adjunta do Departamento de Letras Vernáculas e do Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará. Professora colaboradora do Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará.

e montam as próprias viagens turísticas. Entretanto, há que se levar em conta o risco intrínseco a pouca experiência que o viajante independente corre no que tange à seleção dos sites para a montagem do próprio roteiro, que pode levá-lo a comprar inadequadamente ou, como se diz popularmente, comprar “gato por lebre”.

No decorrer da história, os meios de comunicação utilizados pelos viajantes passam por inovações. Dentre os meios de obtenção de informações turísticas encontrados no processo de pesquisa estão às revistas de viagens, internet, blogs, manuais de viagem e os guias turísticos. Independente das tecnologias atuais e da internet, manuais de conversação para viajantes tem papel importante nas viagens turísticas. De acordo com a Agência de Promoção de Investimentos do Rio de Janeiro (KOIKE, 2011), o mercado de manuais de conversação para viajantes tem aumentado com intensidade de vendas e variedade de preços nas livrarias do Brasil: FNAC e Saraiva. As livrarias lucram quantias que oscilam entre 40 e 50 milhões por ano, apenas em manuais. O conhecido manual *Michelin* lançou uma edição somente sobre o Rio de Janeiro e venderam 120 mil edições nas línguas inglesa e francesa (VENDAS..., 2010). A *Lonely Planet* (LP) em 2010 totalizou mais de 600 manuais impressos em 17 línguas (ALLEN, 2010). No entanto, o manual *Frommer's* da editora *Wiley* publicou 350 manuais e vende 2,5 milhões de cópias por ano (ALLEN, 2010).

O'Neil (2007), em pesquisa realizada com turistas britânicos que chegavam ao Brasil, identificou que 75% deles traçaram a viagem com indicação de amigos, 71,5% utilizando manuais de conversação para viajantes e 68,8% usaram a internet.

Em pesquisa feita pelo Ministério do Turismo no período de 2004 a 2008, verificou-se que a demanda turística no país (BRASIL, 2010), no item organização das viagens, os quatro destinos que mais enviaram turistas para a cidade do Rio de Janeiro, em 2008, foram Estados Unidos, França, Argentina e Inglaterra. Dentre esses países, o uso de manuais impressos ficou em segundo lugar na Inglaterra, em terceiro na França e em quinto lugar nos Estados Unidos e na Argentina. Nos quatro países citados a Internet ocupa a posição de primeiro ou segundo lugar. No total, dentre os 15 locais pesquisados,

no item fonte de informação para planejamento da viagem à cidade do Rio, os manuais de conversação para viajantes ganharam o terceiro lugar, no ano de 2008, perdendo apenas para a consulta entre amigos, parentes e Internet, respectivamente. Consequentemente, a análise de manuais torna-se relevante para identificar o conteúdo, qualidade e quantidade das informações passadas aos turistas.

Os manuais de viagens e de turismo são fontes importantes para a escrita da história do turismo de uma cidade ou país, e expressam noção do patrimônio próprio ao período em que se inscreve. Essas fontes abrangem imaginários típicos da época em que foram criados, mostram lugares notáveis, ruas e avenidas históricas, construções ligadas à identidade do destino “graças ao espelho que fornece si mesmo e ao contato que ele permite como o outro” (POULOT, 2009, p. 14). Desta forma possibilitam reflexões sobre os bens que gradualmente são incluídos às novas edições, mostrando as reformulações da identidade cultural feita sobre o destino, como também o desenvolvimento do turismo nos lugares.

Guia de turismo é o profissional que além de informar o turista sobre os atrativos, é também o mediador do contato deste com os mesmos, detém ainda outras funções voltadas para sustentabilidade local, sendo agente responsável pela valorização da cultura, respeitador da identidade e preservador do meio ambiente. Guia turístico é manual, caderno, folha ou livrinho, que contém informações úteis sobre uma região ou cidade com a situação de ruas, lugares pitorescos, horários de transportes turísticos.

Os manuais de viagem por sua vez reúnem uma série de informações destinadas ao público-alvo, os turistas. Oferecem narrativas de lugares turísticos que esclarecem e mostram fotos e mapas. Os melhores lugares para visitação, para restauração, hospedagem, e ainda lojas para compras. Os manuais mais modernos trazem símbolos designados a ajudar o entendimento das informaçoes em rela o a preços e instala oes, salientando-se o cuidado de alguns com a acessibilidade de textos bilíngues.

A comunicação competente no turismo

Esse subitem mostra a importância da inclusão da comunicação no desenvolvimento e na difusão do turismo, sendo fator principal para que tal atividade fosse divulgada.

Os processos comunicativos apresentam-se como bases fundamentais para o fazer turístico. Nessa concepção, o ato de comunicar pode ser pensado e considerado a partir de várias formas e níveis de dificuldade, dentre eles: os processos estratégicos de divulgação e promoção publicitária dirigida aos turistas reais e/ou potenciais, as campanhas de valorização do turismo, os processos políticos e negócios entre as diferentes forças/poderes, as relações com as mídias, à circulação de informações, as campanhas de sensibilização, os processos de construção e/ou fabricação da imagem-conceito, os lugares de participação das comunidades, as pesquisas de mercado, as relações interpessoais entre turistas e nativos, as tensões entre a comunicação oficial (formal) e a comunicação não oficial (informal), além da organização de informações para serem apresentadas aos turistas em diferentes ambientes (BALDISSERA, 2010).

A comunicação não apenas perpassa todo o processo turístico, senão que o degrada e, em muitos casos e em níveis diversos, constitui-se em sua condição de realização. Dessa forma, importa dizer que comunicação é relação e que em relações de interação em presença, de acordo com Eco (1997) e Watzlawick, Beavin e Jackson (1999), é difícil não comunicar. Baldissera (2010) considera esses pontos e admite que a comunicação não apenas compõe o processo turístico, mas é o fator principal para a existência e prática, ou, melhor dizendo, é a sua condição básica de realização. É por meio da comunicação que um produto turístico passa a atuar socialmente e, antes disso, a existência tende a se limitar a ser reduzida a uma específica região. Quanto a esse fator, Castro afirma:

Seria ingenuidade, pensar que um local possa ser “naturalmente” turístico. Seu reconhecimento como “turístico” é uma construção cultural – isto é, envolve a criação de um sistema integrado

de significados através dos quais a realidade turística de um lugar é estabelecida, mantida e negociada (CASTRO, 1999, p. 81).

Baseando-se nisso, pode-se construir uma primeira reflexão sobre comunicação turística. E, nesse sentido, pode-se dizer que a comunicação turística consiste no processo de construção de sentidos no âmbito das relações de turismo. Ela não se trata, exclusivamente, de dar conta da comunicação oficial gerada pelos setores públicos e privados, particularmente no que envolve as ações de divulgação, promoção e comercialização de produtos e serviços em turismo. A comunicação turística abrange toda comunicação que se materializa em diferentes lugares do ser e do fazer turístico, ou seja, compreende a comunicação formal, mas também os processos informais da área, de acordo com Baldissera (2010).

Por conseguinte, pensar a comunicação turística exige percepção sobre as diferentes possibilidades e ambientes de realização, isto é, em sentido abstrato, a comunicação turística engloba a comunicação de qualquer natureza e nível de complexidade no âmbito das relações de turismo. A comunicação é capaz de promover ideias; persuadir e seduzir visando ao consumo de um produto/serviço; informar os diferentes públicos de interesse, tais como: a imprensa, o poder público, a iniciativa privada, os turistas reais e os potenciais e a comunidade. Além de ações de comunicação que promovem desenvolvimento/qualificação de pessoas para atuarem na área ou servirem de suporte para a área; sensibilizar/conscientizar (exemplo das diferentes campanhas de sensibilização para o turismo e para a necessidade preservação/conservação dos patrimônios natural e histórico-cultural), informa Baldissera (2010). A comunicação turística envolve manifestações comunicacionais no âmbito das relações de turismo. Porém, o que se percebe no campo das práticas profissionais é a fragmentação e a desarticulação da comunicação turística, que precisa ser compreendida na complexidade, sendo que as diferentes ações tendem a ser materializadas de forma independente. Em vez de planejamento, tem-se a improvisação. Uma das mais significativas carências parece estar na falta de profissionalização dos processos de gestão da comunicação e dos relacionamentos em sentido integrado/

complexo (BALDISSERA, 2010). Tende-se a reduzir a comunicação turística a um pequeno número de ações de comunicação. Ela precisa dar preferência a visibilidade, espetacularizar o atrativo/produto e se traduzam em retornos imediatos.

Nesse sentido, de modo geral, a comunicação turística que é levada em conta baseia-se naquela que contempla os processos promocionais (em grande parte sob uma perspectiva mercadológica – marketing), como a produção de material publicitário e de relações públicas de diferentes qualidades e em diferentes mídias (folders, cartazes, guias turísticos, vídeos, malas-diretas, materiais para internet, *CD-Roms*, camisetas, bonés, revistas, peças publicitárias para mídia impressa, *vs*, *spots*, *blogs* e redes sociais, dentre outros). Na organização de eventos; circulação de material informativo: *press-release*, *press kit-press*, coletivas, sugestões de pautas, programas de visitas, informativos, *site* com notícias, *newsletters*, *blogs*, redes sociais. As ações que visam preparar/qualificar pessoas para atuarem diretamente na área do turismo tais como: recepcionistas, profissionais da rede hoteleira, profissionais do setor da alimentação e transportes, frentistas de postos de gasolina, taxistas. As ações de comunicação (informar/atrain) com os investidores dos diferentes setores; as campanhas de informação e sensibilização para a comunidade; as ações de pesquisa de mercado, de perfil de público, de opinião/satisfação e de imagem-conceito.

Barreira (2005) questiona a autenticidade de locais e símbolos da memória social vistos nos manuais, tornando conhecidos monumentos, edifícios e locais significativos da história das cidades. Porém, há que se entender o viés ideológico que tal seleção admite e que não é revelado por estas publicações.

Disponibilizados em formatos de livros, folhetos explicativos ou catálogos, as informações ali mostradas oscilam de acordo com o momento social e político, bem como ao território que extroverte, como se verifica nos manuais pesquisados. O manual de viagem é obra literária de interesse de turistas e viajantes, que provoca a atenção também de pesquisadores, estudantes e profissionais de áreas de turismo. Desta forma, o processo de comunicação em turismo é de grande importância para que haja entendimento de todos os meios dessa atividade com

seus receptores, devendo ser o processo de planejamento turístico mais democrático e participativo, sendo tal atividade oferecida da melhor maneira possível para quem promove o turismo, ou seja, a comunidade e o próprio turista.

O mercado dos manuais e impressos turísticos

Mercado é o conjunto de consumidores reais e potenciais de uma oferta de mercado. A segmentação é outro ponto importante além da definição de mercado. A organização pode apontar melhores chances de mercado quando está informado da existência de diferentes segmentos e também das necessidades. Por meio de segmentação, a organização pode aprimorar programas de atendimento, preços, canais de distribuição e composto promocional. Isto é, a segmentação do mercado é essencial para a definição do público-alvo da organização (KOTLER; FOX, 1994, p. 188). Na matéria chamada Guias de Viagens- Com que guia eu vou? (GUIAS DE VIAGENS, 2010), o blog menciona vários manuais de viagens impressos, procurados por brasileiros e os divide em grupos, que obedecem a critérios próprios e menciona os pontos fracos e fortes de cada um: *Insight Guides, Lonely Planet, Frommer's, Eyewitness Travel, Fodor's, Rough Guide, Footprint, Knopf Guides, AA Explorer, Baedeker's, Timeout, Bradt, Cadogan, Cicerone walking guides, Guides, Globetrotter, Let's Go, Marco Polo, Michelin, Moon, National Geographic, OpenRoad, Sunflower Landscapes, Thomas Cook e Ulysses*. Existem ainda, muitos outros guias, que não chegam ao Brasil e dentre os pesquisados nas livrarias, muitos são de editoras brasileiras, publicados somente em português.

Em pesquisa preliminar via Internet e em algumas livrarias de Fortaleza e aeroportos, foram encontrados os seguintes manuais: Manual Visual da Folha de São Paulo – Manual de Conversação para Viagens, Manual de Conversação – Manual Prático de apoio para seu inglês, Manual de Conversação Michaelis Tour, Manual da Revista Viagem e Turismo- Inglês para Viagem, Expressões Idiomáticas- Manual Prático de Apoio para o seu Inglês, Manual de Conversação em Inglês – Berlitz, Guide-Guia São Paulo – Português-Inglês, Manual Brasil – Brazil Manual – Português-Inglês e Espanhol. Existem muitos outros manuais, que não chegam às livrarias de Fortaleza e, dentre os

pesquisados nas livrarias, todos são de editoras brasileiras, publicados em português/inglês.

A periodicidade dos manuais impressos de viagens varia de acordo com as editoras, como também a escolha por um guia recentemente lançado ou um mais antigo fica à escolha de cada tipo de turista. Se o turista se preocupa com alimentação, hospedagem, a escolha de um manual atual será muito importante, enquanto os turistas que têm como principal interesse as atrações, um manual turístico do último ano ou década resolverá plenamente o problema, porque a maioria das atrações não muda de ano para ano; algumas edições são anuais ou a cada dois anos (GRIMES, 1981). Os manuais impressos de viagens são encontrados em livrarias, lojas físicas ou nas páginas da web das livrarias. Também podem ser comprados através dos próprios sites das editoras ou em sites de grandes livrarias online, como a Amazon.com e Bol.com (TAYLOR, 2000).

É útil ter à mão um manual de viagem, para que se tenha noção do que se quer ver e para onde se quer ir. Sem contar com dicas e experiências de amigos que já estiveram no mesmo lugar e têm muito a contar. Com o manual em mãos e as dicas anotadas, chega-se ao destino, com mapas e folhetos da cidade a ser visitada. O problema duplica-se se a cidade possuir rede de trens e metrô, como Londres, Paris e New York, pois, além do mapa de ruas e atrações, faz-se necessário uso de mapa da rede ferroviária.

Utilizar mapas e folhetos, sem contar com outros objetos necessários em viagem como: câmera fotográfica, água, comida e bugigangas, deixa a mochila do viajante pesada após horas de caminhada. A evolução tecnológica ajuda a criação de aplicativos específicos para viagens e ajuda no planejamento do turismo.

Muitas produtoras de manuais de viagem, tais como a *Lonely Planet* ou *Time Out*, incluem manuais impressos ao mundo digital e desenvolvem aplicativos para diversas plataformas, incluindo Apple (para *iPads*, *iPod*, *iPhones* e *iQualquerCoisa*) e *Android*, do *Google*. Tais aplicativos podem ser baixados pela Apple Store ou no site das próprias editoras. Muitos deles podem ser acessados gratuitamente e os que são pagos, dificilmente ultrapassam o valor de cinco dólares.

Segundo o relatório de produção e vendas do setor editorial brasileiro, realizado pela Câmara Brasileira do Livro, em julho, foram editados no Brasil, em 2006, um total de 648 títulos na área de artes, lazer e desportos – categoria ampla, mas que engloba o turismo e os manuais. Esses novos títulos representam um total de 393.182 exemplares nas livrarias brasileiras.

A comunicação de massa para o mercado de manuais de viagem, no passado, era dominado por conceituadas marcas – *Lonely Planet*, *Frommer's*, *Michelin*, *Dorling Kindersley* (no Brasil, guia da Folha), *FootPrint*, entre outras – agora o cenário começa a mudar. Os grandes manuais generalistas, que apresentam países, disputam espaço com manuais temáticos, produzidos por pequenas editoras e também de forma independente pelos autores empreendedores. Ainda são poucos os blogs que possuem manuais próprios, editados, produzidos e comercializados. Os resultados são significativos e colaboram na realização de viagens de qualidade.

Nos Estados Unidos e na Europa, os manuais escritos por blogueiros de viagem estão consolidados. Na Colette, *a concept store* que aponta as tendências da moda, do design, da música e de outros temas em Paris que estão disponíveis em guias da cidade. Em lojas de museus, manuais temáticos se misturam com manuais pessoais e de blogs. Tanto os grandes e como os pequenos manuais ainda possuem seu espaço dentro da vida do turista.

De acordo com os resultados obtidos na pesquisa da Associação Brasileira de Blogs de Viagem (ABBV) lançada no dia 06 de novembro de 2012, os leitores dos blogs de viagem buscam experiências personalizadas e constroem seus próprios roteiros, deixando à margem pacotes prontos das agências de viagem e informações generalistas das antigas publicações.

Antecipar aos viajantes o que irão encontrar no destino da viagem é uma das principais funções dos manuais de viagem (TORRES, 2006). Por esse motivo, usam uma série de artifícios para tal. Os manuais são compostos de “introdução, fotos e apresentação de locais a serem visitados [...]” (BARREIRA, 2005, p. 301). De acordo com Yasoshima (2004, p. 10), os manuais turísticos, na montagem da estrutura, terminam por apontar quais os tópicos que serão omitidos,

mostrando até mesmo uma escala própria para pouco, mais ou menos, muito e extremamente omitidos. O autor menciona claramente que existem técnicos para elogiar ou não, determinados atrativos ou serviços, menciona a frase “merece ser visto” usada junto a elementos que os manuais julgam ser interessantes que os turistas visitem, além de outros símbolos como o ícone de estrelas que, na escala de cinco, determinam a qualidade dos serviços ofertados.

Yasoshima (2004) chama a atenção sobre os manuais, a respeito da segmentação, porque quando eles estipulam valores simbólicos para cada atrativo, acabam por avaliar também a qualidade dos turistas que irão procurar tais atrativos. Abess (2008, p. 32), sobre a característica dos manuais, a segmentação, chama atenção para o surgimento do que chama de manuais alternativos “[...] os quais cobrem a maior parte dos países, não apenas os pontos turísticos estabelecidos estão dispostos a criticar e elogiar, chamando atenção do turista para questões éticas, como as políticas de preservação do meio ambiente ou direitos humanos.” Enquanto que Torres (2006, p. 8), em afirmação generalista, mostra que os manuais “refletem ideias dominantes sobre as cidades”, o que de fato não se aplica, quando se questiona sobre manuais alternativos. Contrariando os proveitos trazidos pelas diferenças entre os manuais, Abess (2008) faz leitura de Swarbrook (2000), quando menciona as mídias de viagens, e aí estão incluídos os manuais, como se estes agissem contra os princípios de sustentabilidade, pois indicam lugares diferentes dos comuns, aumentando os impactos negativos.

Uma característica, existente no jornalismo turístico e, por conseguinte, nos manuais, é o uso de grande número de imagens, o fotojornalismo: “o jornalismo por meio de imagens e texto, provoca os leitores a transcenderem as determinações históricas e os imaginários afetivos, experimentam experiências emocionais profundas.” (ABESS, 2008, p. 36). As mídias em geral têm responsabilidade sobre a construção de imagens, um dos intuitos da comunicação é de influenciar, moldar opiniões (PIOVESAN, 2011).

Verifica-se que a escrita dos manuais turísticos é um combinado de jornal e revista, apesar de os manuais possuírem diferenças com relação aos suplementos de turismo – contidos dos jornais, a estrutura

de produção é parecida. As matérias dos jornais, quando se trata de turismo, devem fornecer informações aos turistas sobre atrativos, sendo eles naturais ou não, informações de como se locomover até e no local, custos, qual a melhor época para ir (TESCH, 2005). De acordo com Ignarra (2001, p. 89), materiais informativos, que se proponham a oferecer informações turísticas devem ter: atrativos naturais; atrativos culturais; calendário de eventos; hotéis; campings; restaurantes; locadoras de veículos; estruturas de entretenimento; bancos e câmbio; aeroportos, estações rodoviárias, ferroviárias e terminais hidroviários; embaixadas e consulados; serviços médicos; oficinas autorizadas de veículos; locais de comércio de artesanato e produtos típicos; *shoppings*.

Pensar o que contém um manual turístico significa analisar o ponto de vista da editora, e do público-alvo que ela deseja alcançar; isso agirá também no modo de escrever do autor. Alguns itens que, de certa forma, são levados em conta, na montagem do conteúdo dos informativos, são os elementos que movimentam a demanda, ou seja, os turistas. Eles se encontram em cinco grupos e dentro deles pode-se mencionar: a economia em geral que movimenta a renda dos turistas, os preços nos destinos, a política fiscal para o turismo, e para o financiamento, a variação cambial, a idade, nível de educação, empregabilidade, estilo de vida, condições climáticas, férias, religião, fatores políticos e demográficos (OMT, 2001).

Cada manual apresenta um estilo. No aniversário de 20 anos do manual *Rough Guide*, eles mencionaram algumas características do manual como o fato de hoje em dia as informações oferecidas terem mais riqueza de detalhes, mas continuam a ser exigentes com as fontes consultadas e também com os critérios editoriais e se orgulham de oferecer informações práticas, que além de informar, divertem. Quando se fala de configuração estética, as páginas mostram um fundo legível e a impressão passou a contar com mais duas cores (ROUGH GUIDES, 2002).

O *Wallpaper* é outro manual que é mencionado como um produto que mostra algo além do tradicional, do básico. Isso pode ser verificado pela estética, a capa e seu interior que mostram estilo, mais até do que seu próprio conteúdo, este muitas vezes oferecido por pessoas que vivem nos destinos (STYLE GUIDES, 2006).

Uma das desvantagens dos manuais impressos que se pode citar é o seu peso, porque muitos deles contêm informações desnecessárias – dependendo da exigência de cada turista, informação limitada, oferecendo nada mais do que uma “seção de história concisa”, além de estarem desatualizados no momento de sua impressão (LANYADO, 2010).

Os manuais impressos vêm passando por reformulação e isso se deve ao enorme conteúdo de informações turísticas cedidas pela web, mais precisamente pelos manuais online. A editora DK, em 2008, disponibilizava todo o conteúdo dos manuais impressos na página da internet, e a *Lonely Planet*, no mesmo ano, garantiu que em 2010 todo o seu conteúdo estaria disponível na web, mas nem tudo seria gratuito. Uma das tentativas foi vender capítulos avulsos dos manuais dos países, assim, os turistas podem usar somente o que lhes interessa. O presidente executivo da editora assegura que a venda dos capítulos excedeu as expectativas (PFANNER, 2008). O manual *Frommers* também apresenta seu conteúdo na sua página online, há mais de nove anos (SHARKEY, 2010).

Mesmo com as editoras oferecendo aos turistas seu conteúdo online, a impressão das folhas torna-se um tanto desagradável, um dos motivos pelo qual o manual impresso continua sendo a melhor opção (DODSON, 2007).

Pondo a concorrência de lado, as editoras viram-se obrigadas a oferecer opções de telefonia móvel, sistema de navegação por satélite, dentre outros serviços. Outros profissionais que possuem a mesma preocupação são vendedores de livros, o que chamam de canibalização pela web dos manuais impressos. Eles constataram, por exemplo, que turistas que querem passar um fim de semana em Paris, compraram menos manuais impressos para se informar, pois fazem consultas através da internet (PFANNER, 2008).

A preferência pelos manuais turísticos impressos possui muitas razões, como o simples hábito de folhear o manual, ou por não suportar as muitas janelas abertas na tela do computador, ou por achar a procura na internet é perda de tempo. Há também o problema dos altos preços cobrados por operadoras pelo serviço de *roaming* de dados internacional,

ou mesmo a baixa velocidade da internet ou até ausência de sinal (3G e WI FI) em alguns lugares (GRIMES, 1981; SHARKEY, 2010).

Um professor e turista consultado pelo *The New York Times* afirma que utiliza sites da web para consultar hotéis e restaurantes, mas afirma que somente um manual impresso consegue descrever de um jeito único a geografia da paisagem local, e as principais características das cidades (SHARKEY, 2010). *Lonely Planet* e *Rough Guide* dividem a mesma opinião de que o nível de detalhes contido em um manual e a garantia que ele oferece não possuem concorrentes (THE DEATH, 2006).

Conclusões

O turismo é um fenômeno que envolve movimento de pessoas interligadas nos aspectos culturais e sociais dos lugares com utilização de estratégias para a compreensão da língua, que é essencial para quem visita um país a fim de se comunicar com os visitados.

As informações dos manuais são amplamente utilizadas por turistas. Os turistas necessitam de informações padrão que facilitem sua estada, e o manual de viagem, utilizado tradicionalmente, ainda se mantém. Os manuais dão embasamentos para conversação, ajudam turistas que não falam a língua do país visitado e, além de ajudar na conversação, os manuais contêm informações turísticas sobre produtos e serviços a serem oferecidos aos visitantes.

Bibliografia Consultada

- ABESS, Fabíola. **O turismo como pauta dos jornais impressos.** A crítica e Diário do Amazonas na cidade de Manaus no mês de outubro de 2007. Monografia (Especialização) – Escola Superior de Artes e Turismo, Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2008. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 11 set. 2010.
- ALLEN, Anne Wallace. Paper-and-ink travel guidebooks holding their own, for now. **The New York Times**. 22 May 2010. Available from: <[HTTP://query.nytimes.com/gst/fullpage.931A15756C0A9669D8B63&sc=1&sq=guide%20books%20publisher&st=Search](http://query.nytimes.com/gst/fullpage.931A15756C0A9669D8B63&sc=1&sq=guide%20books%20publisher&st=Search)>. Access: 2012 Dez. 20.

BALDISSERA, Rudimar. **Comunicação turística**. São Paulo: Rosa dos Ventos, 2010.

BARREIRA, Irllys Alencar Firmo. Os guias turísticos em Berlim. **Tempo Social** – Revista de Sociologia da USP, v. 17, n. 1, p. 2, 2005.

BASTOS, Cecília. **Turismo e relações interculturais**: uma viagem reflexiva com e sobre turistas independentes. 2006. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://www.psicologia.ufrj.br/pos_eicos/pos_eicos/arqanexos/arqteses/ceciliabastos.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Dados e fatos**: estudos, pesquisas e dados sobre o setor de turismo. Brasília, fev. 2010. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/demanda_turistica/internacional>. Acesso em: 20 dez. 2012.

CASTRO, C. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: ANTROPOLOGIA Urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

DODSON, Sean. Best of the net. **The Guardian**, 17 mar. 2007. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/travel/2007/mar/17/saturday.travelwebsites?INTCMP=SRCH>>. Acesso: 2011 Jun. 21.

ECO, U. **Interpretação e superinterpretação**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

GRIMES, Paul. Practical traveler; keeping up to date with guidebooks. **The New York Times**, 1 Mar. 1981. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/1981/03/01/travel/practical-traveler-keeping-up-to-date1withguidebooks.html?scp=4&sq=guide%20books%20publisher&st=Search>>. Acesso: 2011 Jun. 21.

GUIAS DE VIAGENS. **Com que guia eu vou? Fatos & Fotos de viagens**, 17 jan. 2010. Disponível em: <<http://interata.squarespace.com/jornal-deviagem/2010/1/17/guias-de-viagens-com-que-guia-eu-vou.html>>. Acesso em: 28 abr. 2013.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 2. reimpr. São Paulo: Pioneiras Thomsom Learning, 2001.

KOIKE, Beth. Brasileiro compra mais guia. **Rio Negócios**, 6 abr.

2011. Disponível em: <<http://rio-negocios.com/brasileiro-compra-mais-guia-deviagem/>>. Acesso em: 20 dez. 2012.

KOTLER, Philip; FOX, Karen F. A. **Marketing estratégico para instituições educacionais**. São Paulo: Atlas, 1994.

LANYADO, Benji. Are guidebooks are facing extinction? **The Guardian**, 3 out. 2010. Available from: <<http://www.guardian.co.uk/travel/2010/oct/03/guide-books-webtravel>>. Access: 2011 Jun. 21.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

O'NEIL, Isobel. British travellers' image perspectives of Brazil as a tourism destination. Observatório de Inovação do Turismo. **Revista Acadêmica**, v. 1, n. 4, jan. 2007. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/trabalho_popup.php?cod_edicao_trabalho=768>. Acesso em: 20 dez. 2012.

PFANNER, Eric. Travel books publishers try to reclaim the web. **The New York Times**, 3 Jan. 2008. Available from: <<http://www.nytimes.com/2008/01/03/business/media/03guides.html?scp=2&sq=guide%20books%20publisher&st=Search>>. Access: 2011 jun. 21.

PIOVESAN, Gláucia Copedê. Os cadernos de turismo: características e tendências. In: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM, 4., NP 19 - Comunicação Turística – Comunicação, Turismo e Hospitalidade. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/91669785062121571647953424828371956038.pdf>>. Acesso em 4 maio 2011.

POULOT, Dominique. **Uma história do patrimônio no ocidente**. São Paulo: Estação Liberdade, 2009. p. 14.

SHARKEY, Joe. Travel sites or guidebooks: why not deep into both? **The New York Times**, 15 Feb. 2010. Available from: <<http://www.nytimes.com/2010/02/16/business/16road.html?src=tw&tw=nytimetravel>>. Access: 2011 Jun. 19.

STYLE Guides. **The Guardian**, 3 Sept. 2006. Available from: <<http://www.guardian.co.uk/travel/2006/sep/30/travelbooks?INTCMP=SRCH>> Access: 2011 Jun. 21.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável:** conceitos e impacto ambiental. Tradução de Margarete Dias Pulido. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2000.

TAYLOR, Ros. Books in advance. **The Guardian**, 15 Jan. 2000. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/travel/2000/jan/15/travelwebsites.internet?INTCMP=SRCH>>. Acesso: 2011 Jun. 21.

TESCH, Candice Simon. **Guia turístico Península de Maráú 2005**. 2005. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/pex/2005_1/candicesimon.pdf>. Acesso em: 17. jun. 2011.

TORRES, Mônica. O Rio dos viajantes: representações da cidade nos guias de turismo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 6 a 9 de setembro de 2006, Brasília. **Anais...** Brasília: UnB, 2006. p. 105. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/19840/1/Monica+Lisboa+Torres.pdf>>. Acesso em: 16 fev. 2013.

WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J. H.; JACKSON, D. D. **Pragmática da comunicação humana:** um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação. São Paulo: Cultrix, 1999.

YASOSHIMA, José Roberto. A comunicação turística como manifestação da hospitalidade de um destino. In: CELACOM, 10. 2004, São Paulo. **Anais...** São Paulo: UNESP, 2004. Disponível em: <<http://www.feg.unesp.br/~delamaro/quiosques/GT4Texto005.pdf>>. Acesso em: 13 set. 2011.

DOS CÓDIGOS LOCAIS AOS INSTITUCIONAIS: A CIDADE DE GUARAMIRANGA E OS NEGÓCIOS TURÍSTICOS.

Simony Rodrigues Marins¹¹⁵

Luzia Neide Coriolano¹¹⁶

Introdução

Este estudo tem como objeto de análise a pequena cidade de Guaramiranga, no Maciço de Baturité, no Estado do Ceará e tem como objetivo analisar códigos locais de forma a compreender relações institucionalizadas e que impactam em políticas públicas nesta pequena cidade. Neste contexto, estuda os aspectos locais vinculados a códigos de comportamento que formam ordem instituída taticamente nas práticas cotidianas dos sujeitos que ali residem (CERTEAU, 2002). É vasta a gama de estudos que analisam as relações entre os sujeitos públicos e privados pelo viés das políticas públicas em cidades que possuem base econômica turística. Neste trabalho analisa-se o viés sociológico das relações dos residentes e empresários com os códigos de comportamento e a maneira como se estabelecem provocando mudanças ou justificam manutenções de comportamentos locais. As relações e as estruturas ajudam a explicar as peculiaridades subjetivas que acabam instituindo a ordem vigente, como afirmam Ortega e Gasset (1973).

Os estudos sobre pequenas cidades e vigências se ampliam no país, mas são ainda escassos, citando alguns: Abramovay (2000), Oliveira e Santos (2000); Caniello (2003), Bacelar (2009), Santos *et al.* (2011), Oliveira, Galdino, Tows (2011). Segundo Bacelar (2009, p.11) “a pequena cidade é uma espécie de “barreira” para a geografia” que não observa “o micro”. Para o autor “tratar do cotidiano da pequena

115 Mestra em Administração – Universidade Estadual do Ceará (UECE); Especialista em Turismo e Meio Ambiente - Universidade Estadual do Ceará (UECE); Bacharel em Turismo – Universidade Federal Fluminense (UFF).

116 Prof^ª Dra em Geografia, Sub Coordenadora do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará (UECE) Coordenadora do Laboratório de Estudos do Turismo e Território - NETTUR, Pesquisadora CNPq.

cidade se reflete em sua característica de observar/analisar a realidade social metropolitana (...) relegada ao complementar, ao acessório e na maioria das vezes às sobras teóricas e postulados emprestados de outras ciências sociais” (BACELAR, 2009). Ao delimitar o contexto de pequenas cidades turísticas, verifica-se que alguns estudos não focam as peculiaridades do contexto ou direcionam as análises ao elemento “comunidade”, com peculiaridades conceituais que confrontam significados simbólicos das relações nos contextos estudados.

Como método de pesquisa tem-se a inspiração etnográfica de abordagem qualitativa com coleta de dados *in locus*. Como técnica de coleta de dados foram utilizadas a observação direta e participante, para além da aplicação de entrevistas nos grupos locais. A cidade serrana possui no turismo uma das principais bases econômicas, sendo conhecida teoricamente como uma cidade criativa (REIS, 2011). O texto está organizado em cinco partes, além da introdução. O referencial conta com marcos teóricos sobre códigos de comportamento locais denunciados em práticas cotidianas à luz de Certeau (2002, 2011), que estuda práticas sociais como algo aprendido e transformado, sem a ação deliberada dos agentes¹¹⁷. Sobre relações de poder, estuda-se a vertente crítica radical de Foucault (2006). São estudados ainda políticas públicas e a teoria institucional, seguida dos procedimentos metodológicos, resultados e considerações teórico-empíricas finais.

Códigos locais e institucionais de pequenas cidades turísticas

A definição pelo número de habitantes do IBGE se dá como indicador necessário, porém insuficiente para a delimitação do conceito de “pequenas cidades”. Para Santos (1982), a pequena cidade, ou cidade local, seria a “aglomeração capaz de responder às necessidades vitais mínimas, reais ou criadas de uma população, função esta que implica uma vida de relações” (SANTOS, 1982, p. 71). Há, para Santos (1982) uma vida de relações imbricadas e impactantes nas decisões locais. A pequena cidade, como espaço, é para Santos (2006, p.12-13) “um conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações” onde se reconhece “a paisagem, configuração territorial, divisão territorial do

117 O termo “agente” é usado segundo a concepção de Certeau (2002).

trabalho, espaço produzido ou produtivo, as rugosidades e as formas-conteúdo”. A pequena cidade é também o lugar, pois é no lugar, que está o “cotidiano compartilhado entre as mais diversas pessoas, firmas e instituições, cooperação e conflito são a base da vida em comum” (SANTOS, 2006, p.218). Cada sujeito exerce ação individualizada e “a contiguidade é criadora de comunhão, a política se territorializa, com o confronto entre organização e espontaneidade”. É lugar “o quadro da referência pragmática ao mundo, do qual lhe vêm solicitações e ordens precisas de ações condicionadas, mas é também o teatro insubstituível das paixões humanas, responsáveis, por meio da ação comunicativa, pelas mais diversas manifestações da espontaneidade e da criatividade” (SANTOS, 2006, p.218).

Pequenas cidades são também “redutos da acumulação capitalista”, embora em menor escala (BACELAR, 2009, p.8). Há nas pequenas cidades o processo de favelamento “intimamente relacionado ao processo de modernização do campo que expulsa levas de migrantes para as periferias urbanas e, também, geram conflitos habitacionais com invasões e ocupações de áreas de risco”. Os currais eleitorais, o voto de cabresto em troca de algum benefício e outros problemas infraestruturais como a “falta de saneamento básico e emprego são também graves problemas (BACELAR, 2009, p.5):

Pequenas cidades em que a base produtiva e de empregos é pequena, seus habitantes vivem quase em total estado de dependência do poder público, exemplificado pelas prefeituras, e estas tornam-se o maior empregador dos municípios pequenos, como na grande maioria das pequenas cidades com população inferior a 10.000 habitantes e os recursos ou receita tributária municipal não representam a principal fonte de receita (BACELAR, 2009, p.5).

Na lógica de apropriação do turismo, um fenômeno do capital (FRATUCCI, 2008; CORIOLANO, ARAUJO, VASCONCELOS, 2009), cidades com potencial explorado por empresas ou mesmo por iniciativas público-privadas dispõem de alternativas de emprego

sejam na hotelaria, em gastronomia ou em atrativos, em suma, em equipamentos constituintes da infraestrutura turística. Fatores como estes inserem o turismo como fenômeno (FRATUCCI, 2000), que, desde que planejados, são capazes de promover o chamado desenvolvimento local (HALL, 2004; CORIOLANO, 2006).

As cidades turísticas, marcadas pela presença de equipamentos e serviços, infraestrutura e supraestrutura para a recepção de visitantes em maior ou menor escala, e por equipamentos do capital no contexto local, são marcadas por micro aspectos locais de socialização. Pequenas cidades turísticas possuem aspectos intrinsecamente referentes a este contexto, sofrem mais ações dos sujeitos e das forças locais que as maiores, sobretudo os chamados destinos turísticos, mais controlados por forças globais, onde a demanda por turismo é de massa (CORIOLANO, 2006). Em pequenas cidades as redes de turismo, por mais que pequenas, possibilitam grandes vivências cotidianas. Os negócios turísticos organizam-se na relação entre sujeitos públicos, privados e população local (BENI, 2004), em uma malha relacional que gera impactos diretos e indiretos para as cidades receptoras, (LICKORISH; JENKINS, 2000; OMT, 2001, 2005) com capacidade de mobilizar o processo decisório turístico ou mesmo administrativo. No contexto local há forte dependência das atividades traduzidas em comportamentos locais estruturados na política no sentido lato e stricto.

Mais do que diferenças quantitativas, porém, em pequenas cidades algumas peculiaridades às vezes tornam-se regras e evidenciam as dinâmicas das redes de relacionamentos e aspectos de sua dinâmica. Essas peculiaridades são evidenciadas no contexto local, especificamente pelos códigos de comportamento sociais. Segundo Caniello (2003, p.33), em pequenas cidades “a sociabilidade é largamente condicionada pela *personalização*”. Assim, os “indivíduos estão incluídos em ambiente social em que o alto grau de proximidade produz o que definimos “visibilidade inevitável” (Caniello e Soárez 1989. p. 22), quando os sujeitos reconhecem-se por suas marcas pessoais, “e o mapeamento da rede que produz essas marcas é amplamente dominado pela coletividade” (CANIELLO, 2003, p.33).

Assim, a coletividade representa a soma de traços particulares

compartilhados pelo grupo que ali se estabelece, histórica e culturalmente, perpetuando dinâmicas específicas que destoam de contextos como o de cidades de médio e grande porte. Nestas primeiras, as peculiaridades tornam-se mais visíveis e as mudanças se dão de forma mais lenta e gradual, envolvendo fortes graus de resistência. O alto grau de proximidade, observado nas redes que acabam na coletividade define aspectos importantes da vivência cotidiana. Para Caniello (2003, p.33) a pequena cidade marca “relações sociais estruturadas em redes englobadas por laços sociais evidentes ao domínio público”, onde a “individualidade dissolve-se em uma rede de relacionamentos compulsórios ditados pela frequência do contato no cotidiano”. Bacelar (2009, p.13) concorda ao afirmar que a pequena cidade é baseada em códigos, segundo ele, “diferentes dos que regem a grande cidade”. As relações sociais são movidas intimamente por comportamentos ou códigos políticos locais em sentido lato, em vista do grau de interesse envolvido. Caniello (2003, p.33) diz que uma das principais marcas de pequenas cidades é “a dificuldade em veicular demandas conflitivas, o que marca (...) a cena social por relações de solidariedade e reciprocidade obrigatórias”.

A contrapartida disso, podemos denominar de “ideologia unionista”, é o desenvolvimento da “rivalidade de base faccional” (Landé 1977: xxxii), forma de reciprocidade hostil que age inversa, mas complementarmente ao intercâmbio totalizador da vida cotidiana, provendo o campo do conflito de um componente interativo condizente com a tradição pessoalizante, na medida em que a facção fornece ao indivíduo uma rede de relações subsidiárias fundada em laços de solidariedade pessoais e dotada de forte referência de identidade grupal. Dividindo o quadro totalizante das relações sociais em grupos opostos e tradicionalmente rivais, o exercício da dissensão torna-se uma prática circunscrita, coletiva e, principalmente, ritualizada (CANIELLO, 2003, p.33).

Assim, o autor afirma que a rivalidade de base ficcional acaba

sendo “forma clássica de organizar o campo do conflito nesses sistemas altamente integrativos, uma vez que consegue traduzir a linguagem da desavença para o idioma da pessoalização ao dissolver o indivíduo na facção”. A noção de pessoalidade de base ficcional de Landré (1977) pode ser observada intimamente quando se remete à análise de comunidades, explicada por Coriolano (2009). A autora afirma que o significado de comunidade remete ao mundo antigo, sendo o “grupo social residente em pequeno espaço geográfico, cuja integração de pessoas entre si e dessas com o lugar cria identidade muito forte que tanto os habitantes como o lugar são identificados como comunidades” (2009, p. 45). Onde um pequeno grupo de pessoas possui modo particular de ser e sentir, com tradições religiosas, artísticas, passado histórico, costumes típicos, seu estilo de vida familiar e social, atividades produtivas, problemas e necessidades, aspirações, dispendo, sobretudo, da consciência desta vida comum (CORIOLANO, 2009, p. 45). Em uma comunidade existe a participação da vida comum do lugar, “integrando um conjunto de elementos que podem ser materiais, históricos, institucionais, psicológicos, afetivos e que fazem a vida comunitária” (CORIOLANO, 2009, p.45). E a solidariedade é o elemento principal, diferenciando-se da sociedade moderna, que “prima pelo não reconhecimento e envolvimento com os problemas uns dos outros”. A noção de comunidade não implica em renúncia de conflitos internos, posto que mesmo em coletividade a individualidade é presente, mas há um condicionamento que sobrepõe a coletividade ao indivíduo.

Pequenas cidades podem ou não ser observadas como comunidades, ou dispor de comunidades. Como visto, não é a escala o grande elemento diferenciador, mas sim as complementações culturais e o grau de personalização vivenciado no cotidiano social do grupo. Núcleos considerados comunitários inseridos no contexto de pequenas cidades, por suas peculiaridades identitárias, se dão como opositores ou aliados nos conflitos locais e servem à compreensão de códigos sociais locais por inserirem de maneira nítida a cultura originária dos códigos, o que vem a contribuir para compreensão das relações.

Códigos locais e a institucionalização: a política em sentido lato

Comportamentos visíveis no espaço social da pequena cidade e que se traduzem “pelo vestuário, pela aplicação mais ou menos estrita dos códigos de cortesia (saudações, palavras “amistosos”, pedido de “notícias”), ritmo do andar, modo como se evita ou ao contrário se valoriza este ou aquele espaço público”, bem como “os benefícios simbólicos que se espera obter pela maneira de “se portar” no espaço do bairro”, traduzem os chamados códigos locais definidos por Mayol (2011, p.38).

O bom comportamento “compensa”, mas o que traz de bom? A análise tem enorme complexidade: não depende da descrição, mas, sobretudo da interpretação. Esses benefícios deitam suas raízes na tradição cultural do usuário, não se acham jamais totalmente presentes à sua consciência. Aparecem de maneira mais geral, fragmentada, no modo como caminha, ou, de maneira mais geral, através do modo como “consome” o espaço público. Pode-se também elucidá-los através do discurso de sentido pelo qual o usuário relata a quase totalidade de suas iniciativas (MAYOL, 2011, p.38).

Sistemas, comportamentos e benefícios simbólicos são para Mayol (2011, p.38), regulados e articulados pela conveniência, que representa, “no nível dos comportamentos, compromisso pelo qual cada pessoa renuncia à anarquia das pulsões individuais, contribuindo com cota para a vida coletiva, com o fito de retirar benefícios simbólicos necessariamente protelados”. Saber comportar-se ou “ser conveniente” exige “preço a pagar”, faz com que o usuário se torne parceiro de um contrato social, obrigado a respeitar para “que seja possível a vida cotidiana”. Assim, o usuário é reconhecido, “considerado” por seus pares, o que fornece “em benefício próprio uma relação de forças nas diversas trajetórias que percorre”.

As práticas são especificamente constituídas pelas maneiras de fazer, que inserem tais códigos. Prático seria “aquilo que é decisivo para

a identificação de um usuário ou de um grupo, na medida em que essa identidade lhe permite assumir o seu lugar na rede das relações sociais inscritas no ambiente” (MAYOL, 2011, p.38). Para Certeau (2002), há práticas táticas e práticas estratégicas. As práticas estratégicas ocorrem quando um sujeito de querer e poder (uma empresa, uma cidade, uma instituição científica, o governo municipal) manipula as relações de forças e elabora lugares teóricos (sistemas e discursos totalizantes) capazes de articular um conjunto de lugares físicos onde as forças se distribuem. A posse de um poder é a preliminar dessa prática, e permite, comanda as ações. Já as práticas táticas confrontam, reapropriam espaços organizados pelas técnicas da produção sociocultural (práticas estratégicas), como formas sub-reptícias assumidas pela criatividade (dispersa, tática e bricoladora), modos de proceder, astúcias artes de dar golpes ou pequenos sucessos, em suma, performances operacionais dos sujeitos em operações táticas dos sujeitos comuns do dia a dia. As práticas táticas (ou maneiras específicas de fazer) operacionalizadas pelos sujeitos comuns confrontam a ordem cultural dominante. Com estes tipos de modos de fazer astutos, consegue-se alterar por e mesmo em operações de bricolagem, lógicas racionalizantes. Em tais operações, ou seja, os próprios modos ou esquemas de fazer, enquanto as estratégias são capazes de criar ou impor, as táticas, apenas são capazes de utilizar, manipular ou alterar. É, portanto nestes usos que elas, de forma criativa confrontam a cultura. Tanto as práticas táticas quanto as estratégicas acabam por se institucionalizarem no cotidiano de indivíduos.

Quando falamos em sujeitos ordinários, isolados ou agrupados em coletividade, se pode falar em instituições informais. Nelson (1995, p.80) chama instituições informais aquelas práticas que “referem-se à complexidade de valores, normas, crenças e significados, símbolos, costumes e padrões socialmente aprendidos e compartilhados, que delineiam o elenco de comportamento esperado e aceito em um contexto particular”. Para Berguer e Luckmann (1957, p.55), se “um segmento da vida humana foi institucionalizada, então, equivale a dizer que foi submetido ao controle social”. Em outras palavras, pode-se dizer que foram submetidos às estratégias ou àqueles que dispõem de poder. Neste sentido, Machado-da-Silva e Fonseca (1996, p.103-104) afirmam que “ambientes institucionalizados são definidos, (...), pela

elaboração e difusão de regras e procedimentos, que proporcionam às organizações legitimidade e suporte contextual”. São ambientes que se diferem dos ambientes chamados técnicos, ou seja,

Espaços de competição na ótica econômica, são aqueles cuja dinâmica de funcionamento desencadeia-se por meio da troca de bens ou serviços, de modo que as organizações que neles se incluem são avaliadas pelo processamento tecnicamente eficiente do trabalho (MACHADO-DA-SILA; FONSECA, 1996, p.103-104).

Para os autores, tais ambientes não são analiticamente excludentes e podem ser analisados pelas referências local, regional, nacional e internacional (MACHADO-DA-SILA; GONÇALVES, 2007, p.224). A análise aqui realizada evidencia aspectos locais, que sofrem, obviamente, influência de contextos gerais, posto que pequenas cidades recebem influências de cidades-sede e não se encontram a par do contexto histórico-cultural. Em pequenas cidades, raízes culturais imbricadas nas fortes sociabilidades privadas podem implicar maior resistência institucional e, portanto, maior dificuldade de organização técnica das atividades. Valores institucionais podem embarreirar a formatação de ambientes mais técnicos, fazendo-os que se organizem de forma institucional. Isto se dá para Machado-da-Silva e Gonçalves, (2007, p.224), em sociedades com tradição democrática e alto nível de competição com predominância de “mecanismos miméticos e normativos de pressão para a estabilidade e a mudança organizacional”. No Brasil, por exemplo, a forte tradição patrimonialista associada aos longos períodos autoritários confere destaque aos mecanismos coercitivos de manutenção e de transformação social (MACHADO-DA-SILA; GONÇALVES, 2007, p.224). Para Williamson (1996) três mecanismos estão relacionados às instituições informais: cultura da sociedade: valores, crenças, costumes e, por consequência, o grau de propensão em adotar ações oportunistas; profissionalização: a pertença a determinado tipo de atividade, (e.g. turismo, setor público), o que delimita códigos de comportamento e de ética conhecidos, que, em

caso de não-respeito, exigem sanções; rede: pertença a grupo étnico, religioso ou profissional. Assim, as instituições informais podem estabelecer regularidades de comportamento, social e historicamente construídas (CONDÉ, 2005).

Política em sentido stricto: as políticas públicas

As práticas estratégicas ocorrem quando um sujeito de querer e poder, como o governo em várias esferas manipula as relações de forças, sendo a posse de poder a preliminar deste tipo de prática (CERTEAU, 2013, p.41-46). Para Romano (2007, p.13),

Toda política pública, de alguma forma, entranha um processo conflituoso de alocação pública de recursos e oportunidades entre os diferentes grupos sociais com interesses e preferências, por sua vez, em disputa. Esse conflito de alocação de recursos através das políticas públicas age num plano relativamente autônomo em relação às lógicas. Por que relativamente autônomo? Porque, por um lado, as políticas públicas implicam em opções feitas pelos governos, enraizadas em valores, paradigmas e ideias que não são necessariamente produto de uma dessas esferas e lógicas em particular.

Pode-se dizer que esse plano, estabelece-se relativamente em um lugar próprio, autônomo, mas carrega relações advindas espaço-temporalmente com outros sujeitos, que procuram também lugar, mesmo na ausência de posse para estabelecer a ordem a necessária. Isto se faz por meio de práticas táticas resultantes e resultados de conflitos.

Ao mesmo tempo, essas opções se conformam num marco institucional estatal específico resultante de conflitos políticos anteriores, conflitos inclusive desenvolvidos em torno das próprias políticas públicas. Uma razão central do conflito se deve ao fato das políticas públicas apresentarem oportunidades e limites diferenciados no processo de alocação de

recursos, no que diz respeito aos diversos atores da sociedade civil e do mercado. Esses atores – com estratégias, capacidades e poder de negociação também diferentes – interagem política e conflituosamente, visando influenciar o resultado decisório sobretudo, mas não exclusivamente, através dos seus representantes no campo político. As políticas públicas trasladam à arena da decisão coletiva, de forma mais ou menos explícita, tanto concepções mercantis, familiares e associativo comunitárias (SUBIRATS E GOMÀ, 1998, p. 13) (ROMANO, 2007, p.13).

Aos grupos com diferentes oportunidades e limites neste processo, podem se estabelecer práticas táticas oportunas que se tornam comuns no dia a dia destes sujeitos, instituindo padrões de comportamento.

Também leva a questionar sobre o emaranhado institucional onde o processo opera, entendendo-o como um espaço social no qual se concentra um grande número de padrões de comportamento coletivo. Implica em interrogar sobre como e em que grau a distribuição de poder nas unidades do Estado e da sociedade distorce-se em poder burocrático, o qual, ao surgir, interfere na consecução dos objetivos de governo inicialmente estabelecidos. Cabe também indagar sobre os atores envolvidos nos processos – governamentais ou não – de alocação pública, suas preferências, recursos, estratégias, a intermediação dos seus interesses, as relações pessoais e institucionais que se estabelecem, a interpenetração de interesses privados e públicos, a cooperação e/ou conflito resultante. Envolve, enfim, compreender as relações entre um nível micro de análise – como este do papel dos interesses privados e do governo no contexto de decisões políticas particulares – e o nível macro da distribuição de poder na sociedade (ROMANO, 2007, p. 14).

Os códigos locais, além de relacionais e baseados na pessoalidade, em seu caráter micro, interferem na maneira de se encarar a política, e na maneira de atuar do Estado-município social (BACELAR, 2009). O autor observa a política stricto sensu e variável dependente da cultura, aquela das relações administrativas, que, em contexto de pequenas cidades, há um “controle da pessoalidade (...) forte e sua amálgama são as relações políticas que se estruturam e dão estrutura ao Estado-município social” (BACELAR, 2009).

Os arranjos políticos e administrativos da pequena cidade ainda carregam, cultural e ideologicamente, as formas e maneiras das cidades concebidas pelo raciocínio do fazer política e administração pública arraigadas nas práticas coloniais (...) (BACELAR, 2009, p.16).

A política cuja sociabilidade possui casos culturais mais enraizadas e, portanto, mais difíceis de dissolução (ou aculturação) ou menos passíveis de interferência externas. Não se trata de estabelecer comparação direta entre pequenas e maiores cidades, no entanto, em contextos de cidades de médio ou grande porte, a impessoalidade e as interferências culturais típicas de contextos mais globalizados acabam por estabelecer sociabilidades menos íntimas e, portanto, mais imparciais ou técnicas, traduzidas no cotidiano dos processos sociais. No caso da administração pública em pequenas cidades, por exemplo,

A prestação de serviços à população é substituída por práticas patrimonialistas e de um assistencialismo rasteiro que advém dos empregos públicos. A ausência de políticas mais eficazes de cunho social é substituída por empregos públicos e o salário advindo do Estado-município social “tapa” esta lacuna. Assim, as possíveis alocações dos recursos ficam ao sabor político e não técnico induzindo um ciclo vicioso em que a população total é penalizada e fica refém da situação política do momento municipal (BACELAR, 2009).

Nesses casos, cabe crítica complementar ao último trecho trazido por Bacelar (2009). Acredita-se que a população se dá também como um agente contribuinte neste ciclo, não exatamente e só penalizada, mais também responsável pela manutenção das condições, em vista da imbricação cultural e enraizada que reflete em comportamentos dos cidadãos, discutida anteriormente como seus códigos locais.

As pequenas cidades potencializam o “Estado do Bem-Estar Social” de maneira mais direta e visível via clientelismo e personalismo, pois nelas as relações sócio-políticas entre a população e o poder público, a administração pública e seus sujeitos são estabelecidos de maneira mais conclusiva e sem abstrações. São diretas e em certa medida revigoradas e “financiadas” por um status quo federativo confuso e impregnado de regras modernizantes, conflituosas, permeadas de um passado ainda muito presente de práticas herdadas historicamente. As lacunas deixadas por esta situação são preenchidas por um Estado-município social que em vários momentos desvia ou dribla suas próprias fraquezas com a instauração ou amplificação de festas e festejos no município a fim de criar a ilusão da felicidade. Portanto, a falta de recursos para novos investimentos aliada a falta de perspectivas de parcela da população produz situações em que a pequena cidade é vivida como um eterno “momento feliz” em que as festas são seu principal calendário. Não mais o calendário agrícola rege esta pequena cidade e sim o calendário do “show” que é a pequena cidade e dentro deste “show” eterno o momento eleitoral é um dos mais esperados por parcela significativa da população. (BACELAR, 2009, p.16).

Certeau (2002, p. 202) acrescenta que as políticas são capazes de perturbar o estabelecimento de uma ordem, mas também de mobilizar socialmente o espaço articulando às tecnologias de poder.

Relações de poder

Tendo como fundamento o entendimento foucaultiano de poder, que, segundo Alvarez (2004, p.170), “busca perspectiva mais complexa, que visa justamente pensar as práticas de poder (...) como produtoras de comportamentos, de formas de saber e de formas de subjetividade”, esta análise se desenvolve. Pensar em Foucault significa observar as práticas disciplinares que, ao constituírem tecnologias de poder, encontram-se pela sociedade, como em instituições de socialização, sendo elas formais ou informais. As práticas disciplinares ou tecnologias de poder referem-se ao controle das “operações do corpo, que realizam a sujeição constante de forças e lhes impõem uma relação de docilidade-utilidade” (ALVAREZ, 2004, p.171). Segundo Alvarez (2004, p.171), as práticas disciplinares de Foucault são identificadas

Por distribuir os indivíduos em espaços fechados e heterogêneos, onde cada indivíduo tem um lugar especificado, ao desempenhar também aí uma função útil. (...). Em termos espaciais, portanto, cada indivíduo ocupa um lugar ao mesmo tempo funcional e hierarquizado, formando um quadro espacial onde se distribui a multiplicidade de indivíduos para deles tirar o maior número de efeitos possíveis. As disciplinas implicam também um controle das atividades dos indivíduos, estritamente coordenadas em relação aos horários, ao conjunto dos demais movimentos corporais e aos objetos a serem manipulados, ao buscar obter assim uma utilização crescente de todas as atividades ao longo do tempo. Distribuídos espacialmente e controlados temporalmente os indivíduos, as disciplinas ainda os combinam de modo a obter um funcionamento eficiente do conjunto através da composição das forças individuais. O novo poder disciplinar será, deste modo, um poder voltado para o “adestramento” dos indivíduos. E, para isso, esse poder utilizará alguns mecanismos simples: o olhar hierárquico,

a sanção normalizadora e o exame. A vigilância hierárquica induz, através do olhar, efeitos de poder: o indivíduo adestrado deve se sentir permanentemente vigiado (ALVAREZ, 2004, p.171).

No que tange ao lugar, para Foucault (2006) o poder em si não é algo próprio ou substantivo, mas sim um sistema de “relações” nas quais um indivíduo quer “dirigir a conduta do outro”, um sistema de relações em movimento e pertinente a todo e qualquer tipo de relacionamento. O poder seria algo que se exerce em contextos sempre cambiantes (ALVAREZ, 2004, p.173). Não como algo que se encontra no topo de uma pirâmide estaticamente e irradiando-se de cima para baixo, de maneira ainda a favorecer uns no controle (ou “direção”) da conduta dos demais (FOUCAULT, 2006). Isto significa que o poder não cabe unicamente ao Estado ou a forças econômicas, mas além, insere-se no cotidiano social.

Quando penso na mecânica do poder, penso em sua forma capilar de existir, no ponto em que o poder encontra o nível dos indivíduos, atinge seus corpos, vem se inserir em seus gestos, suas atitudes, seus discursos, sua aprendizagem, sua vida quotidiana ...onde há poder, resistência e, no entanto, nunca se encontra em posição de exterioridade em relação ao poder” (Foucault, 2006, p.136).

Para que esta relação seja exercida são aplicáveis os chamados mecanismos, estratégias ou tecnologias de poder. As instâncias de controle ou vigilância, seus panópticos, são inclusive argumentos de Foucault (2006) para destituir o poder do caráter de sujeito a ele dado como estratégia de manipulação, que é sutil. Pela necessidade de vigilância o poder perde potencia e caracteriza-se ainda mais como algo relacional. Verifica-se ainda neste ponto o caráter móvel das relações de poder.

Por interesses específicos e diversos há o desenvolvimento de lutas “em torno de um foco particular de poder” (FOUCAULT, 2006,

p.45) nas práticas cotidianas de quem o exerce. Neste caso há uma direção “com uns de um lado e outros do outro” e onde “não se sabe ao certo quem o detém; mas se sabe quem não o possui” (FOUCAULT, 2006, p.45).

É de grande importância o saber: “Não há relação de poder sem constituição correlata de um campo de saber, nem saber que não suponha e não constitua ao mesmo tempo relações de poder” (FOUCAULT, 2006, p. 80). O autor observa que as relações de poder permeiam, produzem coisas, induzem ao prazer, formam saber, produzem discurso. Para ele deve-se considerar as relações de poder “como uma rede produtiva que atravessa todo o corpo social muito mais do que uma instância negativa que tem por função reprimir” (FOUCAULT, 2006, p. 8). Assim, códigos de comportamentos locais, envolvidos em relacionamentos diversos podem expressar e ser a expressão de estruturas relacionais de poder, posto que se verificam como práticas subjetivas de comportamento individuais imbricadas no coletivo local. Práticas estas tanto táticas (aqueles que não dispõem do poder em dado momento) e estratégicas.

Para Certeau (2002), são difundidas técnicas culturais de controle que dissimulam a reprodução econômica. Por meio das práticas e a partir das intervenções dos sujeitos, ocorrem modificações nestas relações de forças, podendo tornar intolerável o efeito do poder propagado espacialmente e do funcionamento das técnicas de poder (FOUCAULT, 2006).

As reações dos sujeitos a dado controle, às esferas de normatividade social, se dá por meio das práticas de confronto, mesmo sob a aparência de reprodução. São os golpes que os sujeitos aplicam no sistema (CERTEAU, 2002), por meio das práticas táticas. Santos (2006) corrobora as análises quando coloca que a política se territorializa no confronto entre cooperação e conflito, organização e espontaneidade.

Procedimentos metodológicos

Com o objetivo de analisar códigos locais de forma a compreender relações institucionalizadas e que impactam em políticas públicas em

uma pequena cidade do interior do Ceará, utiliza-se como metodologia a inspiração etnográfica. Para Levy (1995) a inspiração etnográfica é o esforço de pesquisadores que não foram treinados na Antropologia, mas que desenvolvem estudos inspirados no método etnográfico. Para isto, utilizou-se de “um conjunto de técnicas de pesquisa usuais nas investigações sociais como a realização de entrevistas, a observação participante, o uso de documentos pessoais, a coleta de histórias de vida” (GODOY, 2006, p.118-119). O foco de interesse centra-se no “individual, no específico”. Com base em Yin (2001) se pontua que neste tipo de investigação, não são evidentes os limites entre o fenômeno e o contexto, como sugere a pesquisa.

Assim, foram utilizadas como técnicas de pesquisa a observação participante, anotações em diário de campo e entrevistas em profundidade e a história oral temática que consiste, segundo Ichikawa e Santos (2006, p.186) na história do tempo presente, cuja “a percepção do passado tem continuidade hoje e cujo processo histórico não está acabado”. Estas técnicas foram escolhidas ainda por levar em conta a trajetória dos residentes com maior objetividade na investigação, pois parte de um assunto específico pré-estabelecido, para a obtenção do esclarecimento sobre o tema que se desejou compreender.

Foram verificadas as seguintes categorias empírico-analíticas: identificação de dados códigos e práticas e seu caráter político, regras sociais transgredidas ou reproduzidas, as estratégias e táticas com seus códigos e sua institucionalização. Para fins de análise, recorre-se a um recorte que envolve sujeitos e espaço, pela complexidade e tamanho de campo e relações.

A cidade de Guaramiranga pertence pelo seu número de habitantes - 4.164 (IBGE, 2010), à categoria de pequenas cidades, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2012); onde cidades com menos de 10 mil habitantes são inseridas. Guaramiranga é também apontada teoricamente como uma das únicas pequenas cidades inseridas no contexto de cidades criativas no Brasil (REIS, 2011), por dispor de eventos e outros insumos capazes de contribuir para a economia local, com grande participação do turismo, motor econômico.

Embasa-se em Mayol (2011, p.40), que afirma que, o bairro (ou ainda uma sede de cidade, como neste estudo) é, “quase que por definição, um domínio do ambiente social”. Para o autor, o bairro aparece como lugar onde se manifesta um “engajamento” social ou, noutros termos: uma arte de conviver com parceiros (vizinhos, comerciantes) que estão ligados a você pelo fato concreto, mas essencial, da proximidade e da repetição.

O período de pesquisa ocorreu janeiro de 2013. Neste período foram feitas visitas à cidade, de 15 em 15 dias, especificamente de quinta-feira à segunda-feira, incluindo ocasionalmente feriados. Em alguns momentos ficava-se na cidade durante a semana, de forma a observar sua dinâmica. A predominância do período de 15 em 15 dias se dá pelos seguintes critérios: sazonalidade da visitação turística - de quinta a domingo se dá o principal período de visitação turística na cidade, estando os demais dias, fechados muitos equipamentos de alimentação de cunho turístico; conveniência e limitações da pesquisa - por conveniência da pesquisadora, cuja residência se fazia em Fortaleza e o campo de estudos dista aproximadamente 100 km, assim aproveitava-se a carona de empresárias do equipamento de alimentação de apoio na ida e volta da cidade. Durante os dias de pesquisa, houve o apoio também de empresários para hospedagem e pesquisa.

A pequena cidade de Guaramiranga

A pequena cidade de Guaramiranga possuía população em 2010 de 4.164 habitantes, caindo a estimativa em 2013 para 3.909 habitantes (IBGE, 2013). Como uma das cidades de maior altitude do estado (CE), com 865.24m, possui temperatura mínima em torno de 17°C e máxima de 22°C. Situa-se em reserva de mata atlântica, uma Área de Proteção Ambiental, possui clima e vegetação que propiciam potencial de exploração econômica no setor de turismo. Corroborando com tais informações, em termos econômicos, o PIB (Produto Interno Bruto) advém em sua maior parte do setor de serviços, em torno de 20.000 em 2009 (IBGE, 2014).

Seguindo informações discutidas na seção “pequena cidade”, como características, a cidade dispõe de recursos mínimos de Saúde

e Segurança, com um hospital municipal e uma delegacia. A rede de saneamento básico cobre apenas localidades da sede. Segundo Lima (2010) praticamente tudo o que é consumido na cidade é comprado em outros municípios, não sendo Guaramiranga autossuficiente nem mesmo em hortifruticultura, apesar da potencialidade existente. Com relação aos transportes, não há transporte público intermunicipal, apenas uma linha pública chamada localmente como “Fretcar”, que faz o deslocamento Fortaleza-Guaramiranga. Os deslocamentos internos se dão por veículos particulares ou por moto táxis (em maioria), além dos “paus-de-arara” particulares que circulam regionalmente.

Historicamente, o município de Guaramiranga possui manifestações culturais desde o século XVIII (LIMA, 2009), que contribuíram para a cidade dispor de imagem diferenciada culturalmente no Estado. Segundo Lima (2009, p.9), refugiados da seca na região do sertão partiram para a serra do maciço de Baturité para trabalhar nas plantações de café do então, povoado de Conceição do Serra, fazendo assim dramatizações cantadas durante a colheita e nas festividades locais. Tal prática, complementada pela cana-de-açúcar e outros cultivos de hortas, teria prosseguido até a década de 1970, quando da decadência do ciclo do café na região. Como tais atividades não prosperaram, o turismo rural tornou-se alternativa, embora também não tenha prosperado pela falta de estrutura do comércio local (LIMA, 2010). Trata-se de segunda residência de moradores da capital, Fortaleza, o que contribuiu para sua dinâmica.

Intelectuais e políticos figuravam entre os frequentadores, que, ao retornarem a Fortaleza, escreviam e debatiam sobre a experiência na serra, registrando-a em livros históricos, diários e poesias (LIMA, 2010).

Um divisor de águas no que tange aos processos políticos, citado pelos residentes, foi a posse de um Prefeito no ano de 1989 (AGUA, 2014), que estimulou ações diferenciadas nas áreas de educação, saúde e também turismo, apoiando ideias advindas de empresários interessados (SILVA, 2005). Assim, as atividades culturais passaram a ser estimuladas e com o tempo, a necessidade da construção de um teatro. Ergueu-se

o Teatro Rachel de Queiroz (capacidade para 150 lugares), com apoio federal. Em 1992 o Teatro abriga a primeira edição de um Festival de Teatro (Festival Nordeste de Teatro de Guarimiranga – FNT). Outro teatro, com 450 lugares, também chamado Rachel de Queiroz é inaugurado em 1999 (LIMA, 2009).

Segunda Lima (2009), em 1990 é criada a Área de Proteção Ambiental do Maciço de Baturité, com 32.690 hectares e inserindo então em aproximadamente 93% o município de Guarimiranga. Tal fator contribui para a desaceleração da atividade agrícola e alternativas artesanais com produtos da mata pelos locais tornam-se práticas econômicas, corroborados pelo crescimento do turismo. Isso deu início ao processo de exploração imobiliária.

Desta forma incrementa-se a oferta que estimula a demanda turística na cidade, sendo subsidiada pelo apoio político local, o que permite condições e atratividade para grupos interessados em implementar novas iniciativas culturais. Surge assim o Festival de Jazz e Blues, a partir do ano de 2000, além de outros eventos como a OktoberFest, Festival do Vinho, do Fondue etc. Não existem mais alguns festivais havendo certo saudosismo nas vozes dos visitantes.

A visão de pequena cidade como refúgio, como saudosismo e bucolismo, a pequena cidade como sonho da aposentadoria, cidade sem violência e de pouca poluição, a cidade sem o estresse do cotidiano urbano etc., são visões que em grande parte não refletem completamente a realidade e são em muitos casos ensejadas pela mídia. (BACELAR, 2009. p.5)

Uma das ruas da cidade é a mais importante em termos econômicos e políticos, a Rua Joaquim Alves Nogueira. Historicamente, centro comercial da pequena cidade. Outras ramificações concentram residências e estabelecimentos comerciais, principalmente de uso de turistas. Uma caminhada de aproximadamente 20 minutos marca a entrada da cidade até o início de áreas tidas como mais ruralizadas, o caminho para os demais “conjuntos” ou “comunidades”.

Em termos sociais, segundo Lima (2010, p.156) “a maioria dos residentes tem baixo nível de renda e escolaridade. As modificações ocorridas nas últimas décadas pouco contribuíram para a melhoria da qualidade de vida”. Embora tenha havido benéficos infraestruturais advindos de maior urbanização, a população foi impedida do acesso à terra, “tanto no que diz respeito ao poder de compra como ao de trabalho”. Para Lima (2010, p.155) “a ocupação de Guaramiranga é marcada pelas conquistas dos que vêm de fora”. Esta percepção vai ao encontro de fatos observados como o baixo nível de representatividade da população local. Evidencia-se apenas uma Associação atuante, a Associação dos Amigos da Artes de Guaramiranga - AGUA, fundada em 1992 (AGUA, 2014). Segundo Lima (2010, p.155) há um “abismo entre o lugar que a turista visita, com riqueza natural e diversidade cultural, e aquele vivido pelos moradores dos sítios e povoados.

Na interação entre seres humanos e paisagem em Guaramiranga, definem-se diferentes formas de relacionamento. São grupos de pessoas diferentes com interesses, valores e necessidades variadas, cada um buscando objetivos específicos em relação à paisagem serrana: seja pesquisa, lazer, trabalho, investimentos, melhor qualidade de vida, moradia (LIMA, 2010, p.119).

Neste ponto, outro fator pertinente a esta análise é que, apesar destes fatos a pequena cidade de Guaramiranga é conhecida como uma cidade criativa (REIS, URANI, 2011, p.33-34). Para os defensores de cidades criativas, três elementos são fundamentais para que uma cidade seja assim conhecida: inovação (criatividade aplicada à solução de problemas ou antecipação de oportunidades), conexões (entre passado e presente e entre sujeitos sociais em governança sinérgica e diferentes opiniões) e cultura (em sentido amplo e específico). Assim, Guaramiranga identifica-se como uma cidade criativa tendo como marco o Festival Jazz e Blues. São ressaltados os desafios que os produtores do evento superaram tendo em vista os problemas encontrados:

Dentre eles, a carência de infraestrutura de hospitalidade e urbana; a necessidade

de capacitação local em vários serviços; a mentalidade dos patrocinadores, que usualmente consideram o custo por mil das verbas investidas. Para vencer esses e outros obstáculos, o processo de desenvolvimento engendrado pelo Festival não foi implementado na comunidade, mas com ela e por ela. Os espetáculos são complementados por oficinas, atividades de ecoturismo, encontros entre novos talentos e nomes consagrados, programação complementar entre cidades vizinhas, ensaios gratuitos, além de outras atividades promotoras de um fluxo mais contínuo de turistas para a região, ao longo do ano (REIS, URANI, 2011).

Mayol (2011, p.40) apreende o bairro como uma “porção do espaço público em geral (anônimo, de todo o mundo) em que se insinua pouco a pouco um *espaço privado particularizado* pelo fato do uso quase cotidiano desse espaço”. A sede da cidade, por características sócio, econômico, políticas e culturais, é particularizado, não apenas pela centralidade das múltiplas relações e importância que ali se estabelece, mas pela apropriação concedida do espaço público pelo setor privado, marcadamente constituído por comércio que serve ao local e particularmente ao turismo. Alguns espaços simbolicamente mais particularizados apresentam diferentes usos e são atrativos:

- Praça em frente à Prefeitura, conta com quadra esportiva, sede de órgãos públicos, equipamentos instalados em parceria público-privada para a prática de esportes gratuitos e, em finais de semana, é ocupada por pipoqueiros, vendedores de objetos para crianças; local também onde ficam mototaxistas ou onde se instaura recentemente um novo espaço para artesanato,
- Quadra ocupada privadamente por estabelecimentos comerciais locais de alimentação e divertimento noturno, com bar, cujo nome evidencia o proprietário e que serve de diversão e encontro noturno de relações entre residentes e visitantes, a única atração aberta após às 0h,

- Praça Raquel de Queiroz, marcada centralmente pelo principal teatro da cidade, palco de grandes passagens e mais quatro restaurantes, (dois do tipo italianos, um do tipo alemão e uma cafeteria-restaurante) que organizam shows em feriados e sábados para o entretenimento, além de suas práticas de alimentação;
- Quadra marcada por um centro comercial conhecido pelos “boxes”, que vendem alimentos rápidos, refeições e de tudo um pouco da cidade com preços mais populares e que está oposto à praça com centralidade e importância simbólica diferenciada pela população. Ali trabalha grande parte dos microempresários locais, é o local de consumo e divertimento dos residentes;
- Boxes abrem-se como uma ramificação localmente importante e alternativa ao restante da rua, que continua com mais alguns restaurantes com preços turísticos.

A configuração destes espaços descortina uma série de conflitos, denunciados por códigos locais ao mesmo tempo em que os recriam, e que envolve o visitado, o empresário e as políticas, em sentido stricto e lato. Mayol (2002, p.42.) Esclarece que:

Diante do conjunto da cidade, atravancado por códigos que o usuário não domina, mas que deve assinalar para poder viver aí, em face de uma configuração dos lugares impostos pelo urbanismo, diante dos desníveis sociais internos ao espaço urbano, o usuário sempre consegue criar para si algum lugar de aconchego, itinerários para o seu uso ou seu prazer, que são as marcas que ele soube, por si mesmo impor ao espaço urbano. O bairro é uma noção dinâmica, que necessita de uma progressiva aprendizagem, que vai progredindo mediante a repetição do engajamento do corpo do usuário no espaço público até exercer aí uma apropriação. A trivialidade cotidiana desse processo, partilhado por todos os cidadãos, torna inaparente a

complexidade enquanto prática cultural e a urgência para satisfazer o desejo “urbano” dos usuários da cidade.

A semana turística se inicia na quinta-feira, quando grande parte dos estabelecimentos de alimentação abre e se preparam para receber a demanda. A sexta é marcada pela chegada de muitos visitantes que pernoitam, há aumento no fluxo de visitação dos equipamentos de restauração e hotelaria. Sábado, além de novas chegadas, é o dia do lazer, momento auge, marcado por shows em uma das Praças e frequência dos restaurantes. O domingo é o dia do retorno dos visitantes, o dia que a cidade se torna cada vez mais pacata. É também o dia da pizza, programa preferido dos residentes nesta ocasião. De segunda à quarta a dinâmica se mantém. Locais tidos como turísticos, praticamente desertos, sendo a ocupação feita pela população local em sua vivência cotidiana.

Os Códigos locais e a Institucionalização na política de Guaramiranga

No cotidiano dos sujeitos envolvidos nos negócios turísticos da pequena cidade evidenciam-se moradores, sujeitos ordinários, que fornecem sua força de trabalho para os empreendimentos. Diferentemente de muitos proprietários, locais e residentes da capital, a maior parte dos trabalhadores, pertence ao município ou a municípios limítrofes. Para o esclarecimento dos códigos serão observados sujeitos ou personagens destaques.

Comerciante informal: local, representante das transformações globais. Gerente de um dos estabelecimentos de alimentação, por vezes complementa a renda com a venda de produtos: roupas masculinas e femininas, bolsas, calçados. Tais produtos são comprados em viagens esporádicas. A maneira de observar as interferências globais na cidade é a velocidade com que tais produtos são vendidos, sendo vendidos a prazo na base da “confiança”. Os produtos esgotam-se no prazo de uma semana aproximadamente. São os moradores recebendo e solicitando a presença do global no espaço local.

A cidade é evidenciada como turística. Esta afirmação insere

trocas relacionais explícitas ou implícitas, conscientes ou inconscientes entre locais e visitantes (KRIPENDORF, 2001). Produtos locais são comercializados nas feiras de artesanatos ou em pequenos estabelecimentos, marcadamente nos fins de semana para visitantes que desejam guardar lembranças e levar “*souvenirs*”. Local, histórica e culturalmente guardam também suas lembranças dos que ali apenas transitam, transitoriedade diária – excursionista – (OMT, 2001), ou transitoriedade com pernoites – o turista (OMT, 2010), que fica em média duas noites na cidade.

As vestimentas dos que pernoitam, marcadamente vestimentas “de frio”, (os casacos, botas, cachecóis - e por vezes, luvas) são “retirados do armário de origem” pela oportunidade da pequena cidade, turística e “aconchegante”. Vestimentas mais caras, objetos e pertences que passam a ser conhecidos pelos locais não apenas pela interferência da comunicação de massa, mas principalmente pela troca visual, marcada espacial e temporalmente entre estes visitantes e visitados (KRIPENDORF, 2001). São estes também estímulos do global no local e que, por ações como a da gerente, sujeito ordinário na complementação criativa e oportuna de renda, contribui para incrementar o lugar.

A posse destes bens afirma posições no imaginário do visitado, que passa a depender muitas vezes inconscientemente não apenas economicamente das divisas dos visitantes, mas pela interferência sociocultural. A naturalidade dos processos de entrada de interferências do global no local é sentida pela posse e usufruto de bens globais que contribuem para inserção dos “de posse”.

Artesãos: Estes “aparecem” às sextas à noite e aos sábados durante todo o dia. Iniciam os afazeres cedo, montando barracas no espaço da principal praça turística. Vendem produtos em couro, artigos em crochê, flores e arranjos, perfumes, objetos decorativos feitos com produtos naturais, e outros. Dividem os espaços com pipoqueiros e vendedores de brinquedos. Ocupam o espaço da calçada. Se apropriam do espaço única e exclusivamente nestes dias. Em certa situação, foi proposto que se deslocassem para outra praça, com compensação de barracas em madeira, mais elaboradas e estruturadas concedidas por

empresário local. Muitos não aceitaram, não queriam deixar o principal ponto de vendas, a principal aglomeração de visitantes. A nova barraca chegou a ser exposta para atração e ser usada como teste. Novas barracas continuam sendo postas. É a tentativa de estabelecimento de estratégias de controle social por parte de gestores públicos no conflito com as táticas firmadas pelos artesãos para se imporem, para manterem seus interesses.

Produtor cultural: visto como articulador, figura política (*latu sensu*) marcante por capacidade de gerenciar vários negócios, incluindo hotéis e restaurantes e por sua disposição ao trabalho. Por estes fatores, chegou a fazer parte do cenário político administrativo.

Renunciando à anarquia das pulsões individuais, contribui com cota para a vida coletiva, com o fito de retirar daí benefícios simbólicos necessariamente protelados. Por esse “preço a pagar” (saber “comportar-se”, ser “conveniente”), o usuário se torna parceiro de um contrato social que ele se obriga a respeitar para que seja possível a vida cotidiana. (...) A contrapartida desse tipo de imposição é para o usuário a certeza de ser reconhecido, “considerando” por seus pares, e fundar assim em benefício próprio uma relação de forças nas diversas trajetórias que percorre (MAYOL, 2011, p.38).

Reside nesta figura o gerenciamento e operação dos shows articulados pelos empresários da principal praça turística. Observa-se esse empresário como um articulador. Entra em cheque a rivalidade de base ficcional. O sujeito precisa renunciar valores individuais para ceder a necessidade coletiva. Este fator, em acordo com os sujeitos, possibilita a formação de parceria entre estabelecimentos gastronômicos na centralidade da praça principal. Parceria, porém, que não chega a formatar um arranjo produtivo local, mas necessária para a harmonia ou para a conveniência, segundo Mayol (2011), daquela centralidade.

Turista: Composto na maior parte por moradores da capital, é visto de forma ambígua. Para Mayol (2011, p.52) “o conceito de

conveniência ganha particular pertinência no registro do consumo, como relação cotidiana com a busca dos alimentos e dos serviços”. Tendo em vista assim a convivência durante a pesquisa com empresários da Praça 2, alguns pontos podem ser observados. Para os empresários há visitantes tidos como “clientes nossos”, aqueles que se comportam segundo a conveniência do “bom freguês”, com códigos de postura tidos como corretos para um bom cliente, um cliente educado e “respeitador”. Já outros tidos como “mal-educados”, aqueles que saem da capital, e apresentam comportamentos “inconvenientes”, inadequados ao estabelecimento do contrato tácito de boa convivência e troca. Para Mayol (2011, p.52),

E esta relação que opera do melhor modo a acumulação do capital simbólico do qual o usuário vai tirar os benefícios simbólicos esperados”. O papel do corpo e dos acessórios (palavras, gestos), no fato tão concreto da “autoapresentação”, possui uma função simbólica capital, mediante a qual a conveniência funda uma ordem de equivalência onde aquilo que se recebe é proporcional aquilo que se dá. Assim, comprar não é apenas trocar dinheiro por alimentos, mas além disso, ser bem servido quando se é bom freguês. O ato da compra vem “aureolado” por uma “motivação” que, poder-se-ia dizer, o precede antes de sua efetividade lógica: a fidelidade. Esse algo mais, não contabilizável na lógica estrita da troca de bens e serviços, é diretamente simbólico: é o efeito de um consenso, de um acordo tácito entre o freguês e o seu comerciante que transparece certamente no nível dos gestos e das palavras, mas que jamais se torna explícito por si mesmo. É o fruto de um longo costume recíproco pelo qual cada um sabe o que pode pedir ou dar ao outro, em vista de melhorar a relação com os objetos de troca.

Ambos são exemplos de visitantes que foram evidenciados na observação de campo, cabe, no entanto, uma ressalva quanto ao tipo

tido como “inconveniente”. Caso descrito como emblemático ajuda o entendimento. Em um sábado, a cidade estava cheia e, portanto, com show na praça “turística”, como de costume e segundo avisos prévios (por meio de *banners* espalhados pelos restaurantes, avisos no microfone e também por garçons) exigia a cobrança de um *couvert* artístico de R\$5,00 por pessoa para aqueles que utilizavam o espaço dos restaurantes. Após sentar-se e usufruir a música e gastronomia com a família, uma visitante, no ato do pagamento da conta, reivindica o não pagamento da taxa. A postura da visitante em primeiro momento fora cortês (o que não ocorre em muitos casos, quando o freguês inicia seu pedido de forma hostil). Ao receber a informação do balconista de que o *couvert* era necessário, e que avisos prévios foram feitos, havendo assim um explícito aceite do acordo ao sentar e usufruir dos produtos disponibilizados, o comportamento da visitante alterou-se rapidamente, afirmando que não o faria e que não era obrigada, que não havia sido avisada. Após o balconista novamente mostrar os objetos (cardápio com informações ou “avisos”) a turista chega por fim a reivindicar sua profissão como chancela de que estava correta. A turista era advogada e sentia-se no “direito” de não realizar aquele pagamento. E assim foi feito.

Ocorre que quando são disponibilizados avisos sobre a norma, extrapola-se a esfera do tácito descrita por Mayol (2011) e cabe aqui a análise da estratégia (CERTEAU, 2002) de restaurantes para oferecer entretenimento aos visitantes e oportunizar a continuidade da visitação na cidade, sem prejuízo de rendimentos. Como acordo explícito na postura do aceite pelo freguês-turista, o rompimento da norma foge ao simples rompimento de normas tácitas de conveniência e disponibiliza a oportunidade destes estabelecimentos recorrerem ao apoio de órgãos disciplinares, como a polícia. A postura, porém, dos estabelecimentos locais é unânime, “deixa-se para lá, para evitar problemas ou porque não dará em nada”. Uma constatação de impotência seja do próprio estabelecimento, seja por algum descrédito nas ações das instituições oficialmente disciplinares locais.

Há para os comerciantes locais assim, o turista com postura de transgressão dos códigos de bom comportamento, mesmo na relação comercial. Uma transgressão explícita e chancelada por títulos

profissionais, uma tática, por vez, do freguês, para cumprir desejos estabelecendo vontades. Como se o freguês, tivesse “sempre razão”, mesmo ao perder a razão ao romper com contratos formal e previamente instituídos. Outros se colocam de forma mais agressiva, posto que alguns empresários são do gênero feminino e na categoria de mulheres e, portanto, socialmente tidas como mais frágeis, aceitariam a coerção pela ameaça da força física. Tais comportamentos, os excêntricos de Mayol (2011), evidenciam códigos específicos que vão de encontro às normas tanto táticas quanto estratégicas bem aceitas de sociabilidade naquela localidade. Há um discurso totalizante do grupo, que, achando-se corretos, reivindicam o espaço da praça como públicos, apesar da ciência das normas de contrato ali estabelecidas e do usufruto destes estabelecimentos para lazer e gastronomia. Por acharem-se com poderes maiores, muitos nitidamente expressos ao advogar suas profissões ou cargos para conseguirem o que desejam, a famosa “carteirada” ou, “você sabe com quem está falando?” Tais grupos reivindicam por vez, suas estratégias, instituem um lugar próprio de ação.

Para Mayol (2011, p.45) “a cidade é, no sentido forte”, poetizada pelo sujeito: esta o refabricou para o seu uso próprio desmontando as correntes do aparelho urbano, ele impõe à ordem externa da cidade a sua lei de consumo do espaço”. Comportamentos estes, em resultado, inflamam pensamentos hostis por parte de empresários e população local quanto ao comportamento de certo grupo de visitantes.

Estes são alguns casos, tidos e observados como corriqueiros da vivência de grupo de empresários em seu trabalho. É marcada neste ponto a ausência do poder público local em ações de apoio aos negócios, seja pela ausência de uso de mecanismos disciplinares, tanta na forma preventiva (como programas de conscientização) ou reativa, com ações punitivas, como multas etc.

Excursionista: Pela ótica econômica, o excursionista não é o visitante mais bem-vindo por dados grupos de localidades receptoras. São simbolicamente tidos como grupos que pouco gastam (já que não pagam hospedagem e chegam em coletivos), podem possuir comportamentos também tidos como inconvenientes locais, trazendo certa desordem ou bagunça. O número aumentou após a construção

da estatua da Nossa Senhora de Fátima na comunidade da Linha da Serra, repercutindo para aquela comunidade, por outro lado, boas oportunidades de ganhos na venda de pequenas refeições, sanduiches, refrigerantes, água, motivando ali um comercio informal. São aqueles que passam pela cidade, predominantemente nos domingos, observando sua beleza. Afirma Mayol (2011, p.48), que

A prática do bairro é uma convenção coletiva tácita, não escrita, mas legível por todos os usuários através dos códigos da linguagem e do comportamento. Toda submissão a esses códigos, bem como toda transgressão, constitui imediatamente objeto de comentários: existe uma norma, e ela é mesmo bastante pesada para realizar o jogo da exclusão social em face dos “excêntricos”, as pessoas que “não são/ fazem como todos nós.” Inversamente, é ela a manifestação de um contrato que tem uma contrapartida positiva: possibilitar em um mesmo território a coexistência de parceiros, a priori “não ligados”. Um contrato, portanto, uma “coerção” que obriga cada um para que a vida do “coletivo publico” – o bairro – seja possível para todos.

Prefeito: O caráter de sujeito ordinário nascido e criado na própria cidade é um dos atributos tidos como aqueles mais citados pelos residentes quanto ao fator que eleva o atual prefeito a esta hierarquia. O extremismo na relação entre prefeito e morador é aliás, latente. O prefeito representa a vitória de um grupo sobre o outro, grupo que, embora onipresente no cotidiano local, torna-se fortemente evidente em momentos de eleição. Neste momento, amigos brigam e inimigos tornam-se aliados. A figura do prefeito é assim emblemática para a instauração dos diversos códigos e práticas discutidas no que tange ao campo político *strictu*.

As categorias citadas a frente, como a fofoca, concorrência, ou, como dito, as posturas de alguns residentes, a confiança e rede de relacionamentos, a interferência do global no local pela gerente, as

articulações do produtor cultural, bem como os fatores que contribuem para as posturas do bom ou mal turista ou excursionista podem ser observadas pelas práticas relacionais entre o prefeito e estas redes, pela efetiva participação nos aspectos da pequena cidade ou por omissão.

Conveniência: Comportamentos e benefícios simbólicos - a transparência social

Alguns são os ritos sociais pertinentes ao lugar de convívio, como no espaço público. Para Mayol (2011, p.45), “aí [no bairro] se acham reunidas todas as condições para favorecer esse exercício [de privatização do espaço público]: conhecimento de lugares”. O espaço urbano passa a ser um lugar íntimo, algo possibilitado pela conveniência do cotidiano.

Trajetos cotidianos, relações de vizinhança (política), relações com o comerciante (economia), sentimentos difusos de estar no próprio território (etologia), tudo isso como indícios cuja acumulação e combinação produzem, e mais tarde organizam o dispositivo social e cultural segundo o qual o espaço urbano se torna não somente o objeto de um conhecimento, mas o lugar de um reconhecimento. A prática do bairro depende de uma tática que tem por lugar apenas “o lugar do outro”. Aquilo que o usuário ganha quando sabe “possuir” direito o seu bairro não é contabilizável, nem se pode jogar numa troca necessitante de relações de força: o adquirido trazido pelo costume não é senão a maneira de fazer, de pensar, de fazer compras, pelas qual o usuário pode verificar sem cessar a intensidade da sua inserção no ambiente social (MAYOL, 2011, p.45).

A **fofoca** evidencia-se como fator latente nas observações do estudo. Não se trata apenas de notícias sobre a vida dos cidadãos ou negócios, mas muitos dos assuntos políticos são assim repassados.

A fofoca é inclusive uma das principais maneiras dos proprietários estarem a par, “em primeira mão” de alterações quanto aos aspectos políticos locais. É também ambígua em consequências, pois ao mesmo tempo que serve como um atrativo para os sujeitos “passarem o tempo”, assusta muitas vezes pelo seu teor, muitas vezes ameaçador das informações. A fofoca se dá como uma tática dos sujeitos locais para, no confronto com uma ordem vigente de controle social por relações de poder patrimonialistas, subverter a falta de nitidez ou confiança nos grupos e ações políticas, pelo fortalecimento do repasse de informações informalmente, mesmo sem a certeza das “verdades” dos fatos. Serve para adiantar posturas na defesa de interesses, como uma munição contra as estratégias vigentes nas estruturas disciplinares de poder. A fofoca é socialmente contrária ao entendimento de “bom comportamento”, ou aquele tido como “politicamente correto”. É, porém, um forte código local, denunciador de táticas locais, uma tática astuta do local nas ocasiões que se estabelecem. Para Kapferer (1993, p.4-5) o boato, (ou fofoca) “é o mais antigo dos meios de comunicação de massa. (...) O boato veiculava as informações, fazia e desfazia as reputações, precipitava os motins ou as guerras. Segundo o autor,

Os boatos não incomodam só porque são ‘falsos’: se fosse assim ninguém se importaria. Acredita-se neles justamente porque têm um fundo de verdade; fato comprovado pelos ‘vazamentos de informação’ e segredos políticos divulgados. Os boatos incomodam porque são um tipo de informação que o poder não pode controlar. Diante da versão oficial, surgem outras verdades: a cada a um a sua (KAPFERER, 1993, p.9).

A **concorrência** é analisada como prática, não apenas inserida como prática comum aos negócios de todo o tipo, mas prática denunciadora de muitos códigos locais, códigos estes relacionados a vivência política cotidiana, as seduções relacionais e “jeitinhos” e as estruturas relacionais de poder. Uma concorrência tida como o grande inconveniente da formação de arranjos locais (tidos como importantes saídas de empresários e setor público para diminuir efeitos da

sazonalidade e implementar uma gestão local turística mais eficiente). Neste caso, a força do pensamento concorrencial impede a formação de rede formal.

O andar que denuncia: Verifica-se pelo andar dos passantes uma postura que confirma, em muitos casos posturas relacionais. Há passos curiosos e atentos, geralmente de visitantes. Passos de senhoras que param a cada ornamento de plantas para verificar se são ou não verdadeiras. Passos estes teimosos que precisam do ato do tocar para confirmar ou não suas expectativas. Há passos firmes, cujo olhar se direciona erguido, geralmente no encontro-confronto entre os empresários concorrentes que não se toleram, ou passos leves daqueles que simulam ou verdadeiramente interagem entre si. Há aqueles passos aparentemente desatentos ao exterior, como o do prefeito ou do produtor cultural, estes quase não olham para o chão. A maneira como são feitos os cumprimentos nos encontros confirmam as expectativas. Encontros mais ou menos hostis, mais ou menos políticos, mais ou menos simulados. O preço a pagar pela conveniência. A ocupação do espaço público é também curiosa. O prefeito quase não “anda” na principal praça turística. Local também não muito frequentado por moradores, a não ser em shows cujos artistas agradam, mas são a grande minoria.

Conflitos permanentes: Há uma situação que se configura permanente e que envolve empresários situados nos “boxes” ao lado da praça principal. Um espaço criado para que se possa expor produtos é alvo de disputas. Alguns mantem-se fechados. Locais reclamam que estes espaços estão sendo usados por empresários “de fora”, são espaços não necessariamente ocupados por meios técnicos, como o pagamento de aluguel, mas há ali uma apropriação relacional e política em sentido lato e strictu. Em relatos, alguns pequenos artesãos que ali ficavam contam que já foram expropriados por motivos políticos. São situações não resolvidas e que agregam hostilidades políticas e aparecem fortemente em discurso em momentos de eleições. No dia a dia, porém, parece haver uma calma mesmo da população que não se organiza para reivindicar acertos. Este é um exemplo de conflito que envolve códigos políticos claros na ocupação de espaços para negócios.

Há outro caso, o do banheiro público, situados entre o espaço dos boxes e a praça principal. Há um impasse na reivindicação de manutenção e conservação do espaço. Os empresários da praça como pagantes de aluguel exigem o retorno por meio de ações infraestruturais públicas. Tais ações não são, porém, efetivadas, chegando em algumas reuniões, a proposta de que os equipamentos da praça façam a manutenção, além do aluguel, sem descontos no mesmo. Esta situação irrompe novos conflitos, pois a “praça” neste caso, afirma que possui banheiros em seus estabelecimentos e que neste caso, os boxes também deveriam contribuir. Mais impasses e a situação não é resolvida. Há aqui a inércia da política pública em sentido *strictu* tanto na resolução de conflitos, quanto em sua própria capacidade de resolução de problemas gerenciais, em seu dia a dia das práticas públicas de gestão. O fator denuncia ainda certa barreira, mas que física entre muros que separam os boxes de um lado e a ‘Praça’ de outro. É a denuncia de práticas desarticuladas marcadas por certa segregação e hostilidade entre “vizinhos” que convivem pela conveniência do cotidiano.

As eleições: Todos estes conflitos e questões aprimoram-se no momento eleitoral repetitivamente. As fofocas, intrigas, casos mal resolvidos, a maneira como as relações são estabelecidas no confronto de interesses e troca de favores são neste momento renovadas, lembradas e levadas a auges de hostilidade. Os ânimos e emoções se alteram, aqueles não rivais no esquecimento do cotidiano, de hora para outra se “estranham”, compram brigas fáceis, parece existir um estímulo excitante que entretém formando polos extremos, torcidas rivais em final de campeonato, onde os políticos em disputa parecem assistir, enquanto agem seus seguidores. Há forte envolvimento dos locais, jogos políticos empresariais, ofertas, promessas e comportamentos de trocas, muitas assistencialistas e ameaças. A cidade pacata ganha uma efervescência que assusta, ganha clima de insegurança, candidatos precisam de seguranças em seu “caminhar”, de boicote e muito por isto, também de diversão para os locais. São feitos nestes momentos os acordos. Uma derrota é recebida à lágrimas. Vitórias dadas com a zombaria popular. Mas pouco na verdade, e na prática se altera, retirando-se as tradicionais trocas de cargos administrativos, neste contexto, com grande parcela da população local. Há novos ciclos de

hostilidade se renovando e que alimentam os códigos que sustentam o jogo político, muitas vezes inconscientemente, pelas emoções.

Política em sentido stricto: as políticas públicas e as relações de poder

As regras, ou estruturas disciplinares (FOUCAULT, 2006), são observadas em entrevistas com empresários. Conta-se o caso do aumento no aluguel de estabelecimentos e deste fato, a insatisfação compartilhada por empresários da Praça turística. As palavras *naturalmente* e *exagerar*, denotam aumento exagerado sem explicação clara e pertinente diante das ações realizadas pelos estabelecimentos, para os empresários, benéficas à cidade. Este aumento *natural* denota uma tecnologia de poder.

A Prefeitura apoia porque é um lugar público. O apoio que a gente precisa deles e que continue neste prédio público e que não extrapole tanto a forma de aluguel que eles cobram. Então antigamente nós não tínhamos o aluguel a pagar. Na outra gestão nós tivemos um pouco de aumento e *naturalmente* nós tivemos um aumento exorbitante de aluguel. Então o que a gente procura é não *exagerar* nesse aluguel. A gente (os restaurantes da Praça) promove eventos na cidade, somos responsáveis por um evento popular que é o Reveillon. Já que a gente movimenta esta cidade durante a noite nos finais de semana, a gente dá trabalho pra população daqui, entendeu? Já que a Prefeitura não tem como dar esse serviço a toda a população. O Turismo aqui é o responsável, por essa mão de obra local então a gente quer esse incentivo, que não prejudique a gente, é só isso (Empresário A) (grifo próprio).

Existem práticas de realizações de eventos e ações sociais, além de práticas pertinentes ao cotidiano interno das organizações turísticas, (como a contratação de funcionários), colocam-se como motivações,

meios e fins para o sentimento de insatisfação observado no aumento do aluguel. Há um estilo de fazer, de confrontar, que governa as práticas gerenciais internas e externas diante das situações impostas pelo contexto, conforme Certeau (2002).

Certeau (2002), ao considerar os aspectos de reprodução e transgressão da ordem social vigente, levanta a possibilidade de golpes que os sujeitos podem dar no sistema de maneira a confrontá-lo. Em determinados momentos do cotidiano destas organizações, como no início de um dos negócios, o primeiro da Praça, houve o alcance de parcerias municipais e privadas proporcionada pela percepção de oportunidades sociais e econômicas locais, e das empresas patrocinadoras. O golpe foi dado em um contexto que extrapola os limites municipais, à medida que não houve barreiras a abertura da organização, comumente encontradas nesta fase de um negócio. A possibilidade destas barreiras foi golpeada por práticas advindas de saberes dos empresários em conexões com empresas da capital e de suas relações com as estruturas disciplinares locais, naquele momento, favoráveis.

Com o decorrer dos anos, porém, estas relações com o contexto local foram se alterando em vista de alguns fatores. No momento em que os empreendimentos estabelecem um lugar de ação, jogos articulados e decorrentes de desdobramentos organizacionais, configuram-se para além dos aspectos do cotidiano do grupo (SCHATZKI, 2006). Em primeiro lugar, os “pontos” passaram a ser visados, em vista de seus sucessos. Além disso, acontecem mudanças nas tecnologias disciplinares quando da ocasião de novas eleições municipais. Neste aspecto, as ações dos empresários passaram a evidenciar golpes no sistema sob a aparência de reprodução, quando passam a negociar com o candidato que está na liderança, conforme os relatos a seguir:

A tensão que eu falo é de 4 em 4 anos quando há a eleição. Então, digamos que de 4 em 4 anos, mude o Prefeito, então logo a negociação que nós temos que fazer com a Prefeitura. Então toda a eleição a gente tem que estar neutro. Nos 4 restaurantes somos neutros nas eleições

porque a gente não pode pegar partido nenhum, porque ali é um lugar público, e gente não pode se manifestar. Então se cada 4 anos mudar o Prefeito, a cada 4 anos nós temos que fazer uma reunião com esse Prefeito dizer porque a gente está ali, o que a gente pretende fazer em prol do município e que ele acredite na gente e nos apoie. Então de 4 em 4 anos é a tensão política (Empresário A).

Quanto a isto, Foucault (2010) acrescenta que na constituição de um lugar pelas práticas e a circunscrição de um espaço, uma positividade se estabelece em relação às possibilidades de ação. Certeau, (2002) afirma que há aí um caráter ético de atuação dos sujeitos que implica a recusa de identificação com a ordem ou com as leis dos fatos.

A visibilidade inevitável de Caniello e Soárez (1989) porém, acaba denunciando, pelo auxílio dos códigos locais de comunicação (como a fofoca, descrita anteriormente) possíveis preferências dos empresários apenas por suas marcas pessoais, “e o mapeamento da rede que produz essas marcas é amplamente dominado pela coletividade” (CANIELLO, 2003, p.33).

Como neste espaço das políticas públicas as operações táticas da organização para a sobrevivência no campo estratégico encontram entraves, os empresários buscaram formar alguns laços com os demais empresários da Praça. Outra forma de golpear o sistema, operando de maneira endógena e transgredindo silenciosamente a ordem estabelecida.

Estes laços se verificam nas formalidades das práticas de organizações de eventos na Praça, desdobrando-se na formação de uma pequena rede associativa. São práticas gerenciais estratégicas. A própria incorporação de outros serviços, como a organização de eventos, bem como uma estrutura organizacional aprimorada no decorrer dos anos, forma um lugar próprio.

Neste ponto, analisa-se ainda o que Caniello (2003, p.33) cita como uma das principais marcas dos contextos de pequenas cidades: “a dificuldade em veicular demandas conflitivas, o que marca fortemente

a cena social por relações de solidariedade e reciprocidade obrigatórias”. Os restaurantes da praça tiveram momentos de concorrência no decorrer de suas histórias. Não que a concorrência tenha cessado, mas tais empresários passaram a se organizar com maior união. Isto se deu por iniciativa de um deles, mais sensível e crente no fortalecimento do grupo para reivindicar suas necessidades comerciais e mesmo pela necessidade de maior harmonia no cotidiano deste pequeno grupo social, obrigado a dividi-lo espacial e temporalmente. Pela possibilidade de estabelecimento de laços nas relações econômicas, houve neste caso, a formação por mais que inicial de laços de solidariedade pessoais para reforçar a identidade grupal. É a dissolução no indivíduo na facção, ou ainda a rivalidade de base ficcional.

Em dado momento a isenção de impostos de outrora foi suspensa. A partir de então os impostos passaram a aumentar de forma “*exagerada*” (empresário A), para as condições do turismo local, (marcado por sazonalidade, como citado anteriormente). Práticas públicas que não condiziam com o apoio dado pelos equipamentos como na organização de eventos que contribuíssem para a atração e manutenção de visitantes. Percebe-se aí um jogo disciplinar constante.

Em relação aos eventos e as ações sociais, conforme Certeau (2002), ambos atuam como bricolagens em relação ao que as organizações eram até então, ações exteriores a suas ações. Eventos e ações sociais além de atuar como mecanismos culturais de controle ao contexto externo, podem ainda ser considerados outros golpes dados pelas organizações ao sistema sob a aparência de reprodução, estas ações constituem-se em campos de ação políticos dos estabelecimentos turísticos.

Há, no entanto uma inversão por práticas políticas do contexto local de maneira a golpear as organizações ali presentes, aumentando as exigências para a continuidade da atividade. São novas tecnologias disciplinares.

A posição que a Prefeitura ocupa neste jogo de forças, na figura de governo local, interpela disputas econômicas (OLIVEIRA; CAVEDON, 2013) no cenário concorrencial. Certeau (2002) coloca os governos como um duplê cômico, pois é a sua atuação que pode

animar discursos ideológicos na sociedade, onde vão se concentrar especialistas selecionadores para determinar o que é cultura.

Durante as eleições as “fofocas” e informações que o empresário B citou envolvem uma disputa de interesses por outros sujeitos nos pontos da Praça. Estas informações surgem questionando a validade dos restaurantes para a economia e cultura local, pois estariam tirando espaços públicos que deveriam ser usados pela e para a população local.

Nesse momento é que aparecem sempre uns comentários de gente falando que somos forasteiros, que a Praça é pública e os restaurantes deveriam ser retirados em prol de “algo local”. Tem muita fofoca e gente que quer entrar aqui e, a gente sempre fica sabendo quem é. São interessados em nosso ponto, a maioria é de fora também. Porque aqui, a gente é bem vista por causa da mão de obra [...] nos temos mais de 20 pessoas trabalhando só em um restaurante então você multiplica isso aí por mais 16 restaurantes instalados no município? Então o turismo aqui é um fator importante para o Município. Um Prefeito pode ser contra o turismo, entendeu, porque a máquina da Prefeitura não vai comportar tanta gente. Se um Prefeito não incentivar o turismo, e o restaurante e o hotel fecharem...? Então a tendência é essa, são os empreendedores chegarem aqui e usarem a mão de obra local, portanto a comunidade vê com bons olhos isso, mas outras pessoas, digamos pessoas que vêm de fora que veem restaurantes e hotéis aqui e querem entrar, mas não sabem trabalhar com a comunidade local, querem trazer pessoas de fora, isso aí não é bem visto pela comunidade, a comunidade quer ser inserida junto com o empreendimento, então não é você trazer 100% de mão de obra fora da cidade (Empresário A).

Assim, resulta-se o discurso econômico a favor de uma atividade,

o Turismo, descrito em algumas falas dos empresários. Este discurso tem interface com as práticas do fazer organizacional no turismo, especialmente com a necessidade de atração e retenção de visitantes, o que justifica os eventos, por exemplo. Dribla-se com isto o sistema por dentro ao proporcionar outras modalidades de ação de caráter processual (OLIVEIRA; CAVEDON, 2013), posto que tais eventos, (ou as práticas de eventos) ocorrem rotineiramente e organizados por etapas com início, meio e fim.

Para Lima (2010), por outro lado, “a população camponesa passa a ser incorporada, de forma marginal, às atividades turísticas a fim de garantir sua sobrevivência, ficando sujeita a um processo de expropriação das antigas terras de morada e de trabalho”. São dilemas referenciados sobre o fenômeno turístico, que insere impactos positivos (aqui evidenciados pela ótica e discurso dos empresários do setor) e impactos negativos (neste caso, para aqueles que não conseguiram ser incorporados pelo setor).

O papel do setor público na articulação entre as demandas de diferentes interesses é fundamental. Não foram poucos os relatos e evidências da carência de órgãos de profissionalização na cidade. Durante o período em campo, não foi evidenciado um curso, seja realizado em parceria-público privada, seja por órgãos responsáveis por investir em capacitação no setor, como Sebrae, ou outros, tampouco iniciativas exclusivamente públicas. Porém existe o apoio do Sebrae para microempresários no que tange a gestão destes negócios, em suma, iniciativas mais gerencias e relacionadas ao contexto de empreendedorismo, que não chegam a atacar a ponta da estrutura do trabalho, os trabalhadores.

Considerações finais

A análise dos códigos locais ajuda a compreender relações institucionalizadas e que impactam em políticas públicas em uma pequena cidade do interior do Ceará, a partir do lugar onde o estudo se desenvolveu. Pode-se concluir que há códigos de comportamento que denunciam hostilidades, motivadas por interesses diversos em situações mal ou não resolvidas pelo poder público local, insufladas pelo local

no jogo das posições. Evidenciam-se códigos comuns a um ambiente de sociabilidade como a fofoca, mas que em pequenas cidades ganham proporções políticas e econômicas que instauram uma ordem de regra. Práticas negociais implícitas ou não de equipamentos turísticos, especificamente marcadas pela concorrência foram também evidentes e que, embora sejam submetidas a conveniência diária acabam por impedir práticas associativas mais fortes na reivindicação política pela formalidade e força de um cluster ou arranjo local, por exemplo. Foram evidenciadas práticas táticas tanto por locais quanto por empresários (locais ou não), artesãos e outros para a manutenção de seus interesses no confronto com as estratégias vigentes. Além das diferenças entre locais, há diferenças entre empresários e visitantes e suas posturas, comportamentos. A forma como espaços são apropriados e como alguns sujeitos postulam esta apropriação por meio de suas práticas.

A política pode ser vista como tudo que o governo decide fazer ou não. Parte desta ideia que a atividade turística com ou sem um norteamento político irá trazer consequências para dada sociedade que a recebe e para os sujeitos que dela fazem parte. A diferença é que a escolha pelo não norteamento significa impactos negativos muitas vezes irreversíveis, é o caso dos efeitos no meio ambiente, e nas estruturas sociais. A orientação e a efetivação de políticas que embasem planos e práticas no turismo se constituem de extrema importância para controlar a atividade de forma a aumentar seus benefícios gerais.

A existência da política de turismo sugere que problemas poderão ser estruturalmente identificados e trabalhados com vistas a atender interesses de uma sociedade e a propiciar benefícios a ela mais genéricos, através de um processo articulado de tomada de decisões que moverão planos e ações com resultados em um futuro esperado. O direcionamento estratégico por parte do governo apesar de criticado, se dá como importante, mesmo embora nas últimas décadas muitos destinos tenham apresentado seus planos de desenvolvimento turístico com aplicabilidade ineficaz, promovendo descontentamentos sociais e um ceticismo com relação a intervenção pública no turismo.

Esta realidade de formatação política formal ainda assim, não é evidenciada em Guaramiranga. Alguns dos fatores que podem contribuir

para esta falta de direcionamento e aplicabilidade podem ser explicados por fatores internos, como a força dos códigos de comportamento mensurados em práticas que denunciam histórica e culturalmente uns “*modos operandi*” local, que aceita ou não o técnico em vista do grau de institucionalização destes códigos. Na prática cotidiana o ordenamento técnico para o setor turístico da cidade deve seguir padrões e sugestões de órgãos federais ou mesmo estaduais, a rigor. Foram observadas apenas práticas de sujeitos ordinários que se organizam (ou não) bem ou mal para defender seus interesses. Falhas apresentadas pelo mercado ou outros agentes no cotidiano da atividade turística, deveriam oferecer fundamentos para uma intervenção técnica, embora isto não seja seguido. Ocorre que no caso da pequena cidade estudada, as relações são motivadas pelo sensu lato político com impactos no sensu strictu.

Pelos códigos descritos, estruturas de controle se institucionalizam e denunciam laços de personalização que venham a garantir dados interesses. Este fator é marcadamente relevante em pequenas cidades que apresentam fragilidades em suas estruturas sociais organizativas, sendo evidente a quantidade de grupos com necessidades e interesses divergentes e que não dialogam, por falta, inclusive de maior representatividade. Reside aí a importância das práticas de sobrevivência em um espaço marcado mais por disputas políticas estimuladas por governantes (e mensuradas nas rivalidades populares em vista de benéficos, politicamente legítimos ou não) em momentos de eleição.

A constituição subjetiva de práticas estratégicas e táticas ocorrem na medida em que conhecimentos, estruturas disciplinares locais e determinações pessoais interferiam no cotidiano das decisões tanto sob o aspecto de reprodução quanto sob o aspecto de transgressão social. Tal realidade evidencia um contexto político em stricto sensu traduzido organizacionalmente em políticas no sentido lato de práticas cotidianas de forma mais evidente. A forte dependência e interferência política nas decisões gerenciais podem estimular ou inibir negócios, e por sua vez, impactos econômicos e sociais para o contexto de inserção. Por este fator, as formas de fazer resistência (no campo das políticas organizacionais turísticas) podem indicar novas possibilidades de transformação à medida que estimulam a inovação em outros métodos ou práticas de atuação.

Como contribuições deste estudo, o diálogo entre as propostas de Certeau (2002) e Mayol (2011) de códigos locais e práticas com as estruturas disciplinares de Foucault (2006) e as correntes institucionais e políticas no contexto de pequenas cidades, oportunizando análises diferenciadas para o campo do turismo. Outra contribuição, em conjunto com estudos aqui citados, retoma a discussão no campo de cidades criativas. Após explícitas estas condições, questiona-se se a pequena cidade em estudo é uma cidade criativa. Mesmo embora seu povo seja criativo, as correntes teóricas do assunto inserem outros atributos como pertinentes a este contexto, não evidenciados na cidade. Refletir sobre estes pontos traz insumos para fortalecer o recente referencial da economia criativa e turismo alternativo, no aspecto de cidades e podem também contribuir para não omissão de questões sociais graves que destoam de classificações econômicas possivelmente parciais.

Dentre as contribuições gerenciais é possível demonstrar alternativa frente a problemática local, como a interpeção das estratégias e das táticas gerenciais. A pequena associação com outros empresários, como dito, traduz-se como uma vantagem competitiva local e que fortalece o grupo no cenário de negociações políticas, mesmo que precariamente. Além disso, pequenas cidades não dispõem, muitas vezes, de políticas de turismo oficialmente instauradas, com a falta de Planos diretores ou diretrizes claras de desenvolvimento sócio, econômico, cultural e ambiental. A superestrutura urbana e turística é marcada pelas decisões do cotidiano, regidas por relações de pessoalidade e sociabilização íntimas, fortemente marcadas por laços cujos interesses ora denunciam, ora omitem conflitos graves e impedidores de boas ações ou de ações mais técnicas, ou seja, motivadas por benefícios coletivos. Há institucionalização de práticas relacionais na política em strictu senso, que deveria ser marcada por aspectos técnicos, mais impessoais e claramente norteadores de desenvolvimento local.

Como limitações, a impossibilidade de apresentação de outras práticas observadas em campo, a não análise aprofundada do relativismo das práticas, posto que algumas podem ser evidenciadas tanto quanto táticas quanto como estratégicas, a inobservância das divergências entre os autores Certeau e Foucault na explanação de suas

teorias e o não aprofundamento de externalidades de pequenas cidades de interior em suas relações organizacionais. A abrangência das relações e do campo traz também a necessidade de recortes analíticos. Estas limitações traduzem-se em sugestões para pesquisas e trabalhos futuros. Sugere-se ainda a aplicação destas análises em outras cidades, posto que a análise de aspectos tidos como microscópicos no contexto de cidades e negócios turísticos é ainda superficialmente explorada em contexto nacional.

Bibliografia Consultada

ABRAMOVAY, R. **Funções e medidas da ruralidade no desenvolvimento contemporâneo**. Rio de Janeiro, IPEA, Texto para discussão nº 702, 31 p. 2000.

AGUA – Associação dos Amigos da Arte de Guaramiranga. 2014. Disponível em: < <http://www.agua.art.br/brevehistoria.html>>. Acessado em: 04q01/2014.

ALVAREZ, M. C. **Controle Social: notas em torno de uma noção polêmica**. São Paulo em Perspectiva, 18 (1) 2004.

ALVES, K. M. S. A. **O papel do residente na produção do espaço turístico em Natal/RN**. CULTUR. Revista da Cultura e Turismo. 2009. Disponível em: http://www.uesc.br/revistas/culturaeTurismo/edicao6/artigo_6_corrigido.pdf Acesso em: 20 jun. 2010.

ARAÚJO, V. T. **Guaramiranga: Lugar para Viver ou Visitar? IV ANPPAS – Associação de Pós Graduação e Pesquisa em ambiente e Sociedade**, 2008. Disponível em; < <http://www.anppas.org.br/encontro4/cd/gt16.html>>. Acessado em: 08/02/2014.

ARAÚJO, V. T. **No contorno da serra: campesinato, cultura e turismo em Guaramiranga-CE**. Tese (Doutorado) Universidade Estadual Paulista. Instituto de Geociencias e Ciencias exatas. 2010. Disponível em: http://www.athena.biblioteca.unesp.br/exlibris/bd/brc/33004137004P0/2010/lima_vta_dr_rcla.pdf. Acessado em: 08/02/2014

BACELAR, W.K.A. **Pequena Cidade: uma caracterização**. V Encontro de Grupos de Pesquisa: Agricultura, desenvolvimento

regional e transformações socioespaciais. UFSM, 2009. Disponível em: < http://w3.ufsm.br/gpet/engrup/vengrup/anais/2/Winston%20Bacelar_NEAT_UFU.pdf>. Acessado em: 14/01/2014.

BENI, M. C. **Análise estrutural do Turismo**. 10 ed.atual. São Paulo: Editora Senac, 2004.

_____. **Política e planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, (Série Turismo), 2006.

BERGUER, P.L., LUCKMANN, T. **The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge**. New York: Doubleday Anchor Books, 1967. Disponível em: <<http://perflensburg.se/Berger%20social-construction-of-reality.pdf>> Acessado em: 20/02/2014 às 19:31h.

CORIOLOANO, L. N., ARAUJO, A.M.M., VASCONCELOS, F.P. **Arranjos produtivos Locais do Turismo comunitário: atores e cenários em mudança**. Fortaleza: Eduece, 2009.

CORIOLOANO, L. N. **Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios**. Em publicação: América Latina: cidade, campo e Turismo. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo. Diciembre 2006. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/21coriol.pdf> (Artigo)

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, p.322, 2002.

IBGE CIDADES: Disponível em: < <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php>> Acessado em 20 fev. 2014.

MAYOL, P. Primeira Parte: Morar. In CERTEAU, M., GIARD, L. MAYOL, P. **A invenção do cotidiano 2: morar, cozinhar**. p.37-207. 10ª ed.- Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

CANIELLO, M. **O Ethos Sanjoanese: Tradição e mudança em uma “pequena cidade”**. MANA 9 (1): 31-56, 2003. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_pdf&pid=S0104-93132003000100003&lng=en&nrm=iso&tlng=pt> Acessado em 21 fev. 2014.

_____ ; SOÁREZ, E. **As Relações de Amizade em São João Nepomuceno**. Relatório de Pesquisa, PPGAS/Museu Nacional/UFRJ, Rio de Janeiro. Manuscrito. 1989.

FRATUCCI, A. C. **Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico**. GEOgraphia, Ano. II, n. 4, 2000.

_____. **A Dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de Turismo: as possibilidades das redes regionais de Turismo**. Rio de Janeiro, 2008: UFF. Tese (Doutorado) – Programa de Pós Graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2008.

_____. **Refletindo sobre a gestão dos espaços turísticos: perspectivas para as redes regionais de Turismo**. Turismo em Análise, v.20, n.3, dezembro 2009.

FOUCAULT, M., **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, p.432, 2006.

GODOY, A.S. **Estudo de caso qualitativo**. Capítulo 4. In GODOI, BANDEIRA-DE-MELLO, SILVA (Orgs). Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais. p.115, São Paulo: Saraiva, 2006.

GOLSORKHI, D. **Strategic practices: what can methodological individualism teach us?** European Group for Organizational Studies Colloquium, 2004.

HALL, C. M. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

KAPFERER, J.N. **Boatos: o mais antigo mídia do mundo**. Tradução de Ivone S.

R. Maya. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

KRIPENDORF, J. **Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2001.

LEVY, S. F.: **Does marketing need anthropology?** In: SHERRY, J.F., JR. Contemporary Marketing and Consumer Behavior: An Anthropological Sourcebook. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995, p. 9-14.1995.

LICKORISH, L. J. JENKINS, Carson L. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000 – 5ª reimpressão.

LIMA, S. M. S. L. **A Gestão Cultural como instrumento de desenvolvimento em Guarimiranga, Ceará**. V ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil. 2009.

MACHADO-DA-SILA, C. L.; FONSECA, V.S. da. **Competitividade Organizacional: uma tentativa de reconstrução analítica**. Organizações e Sociedade, v.4, n.7, p.97-114, 1996.

MACHADO-DA-SILA, C. L.; GONÇALVES, S.A., Nota Técnica: **A Teoria Institucional**. In: Hnadbook dos Estudos Organizacionais: Modelos de Análise e Novas Questões em Estudos Organizacionais. Org.: CLEGG, S.R. HARDY, C. NORD, W.R.; CALDAS, M. FACHIN, R. FISCHER, T. v.1, 1 ed. 4.reimp. São Paulo: Atlas, 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Caracterização e dimensionamento do Turismo doméstico no Brasil – 2010/2011**. SÃO PAULO, 2012. Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/downloads_demanda/Demanda_domxstica_-_2012_-_Relatxrio_Executivo.pdf. Acessado em: 02/02/2014.

NELSON, R. **An Evolutionary Theory of Economic Change**. Cambridge: Harvard University Press, 1995.

OLIVEIRA, M. A., GALDINO, S. J., TÖWS, R. L. **As pequenas cidades e as contribuições do plano diretor para o município de Peabiru-PR**. I SEURB – Simpósio de Estudos Urbanos: desenvolvimento Regional e Dinâmica Ambiental. Ago. 2011.

OLIVEIRA, B. S.; SOARES, B. R. **O papel das cidades locais do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba/MG no contexto regional**. Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, (mimeo.), 28 p. 2000.

OLIVEIRA, J.S.; CAVEDON, N.R. **Micropolíticas das práticas cotidianas: etnografando uma organização circense**. RAE - Revista da Administração de Empresas, São Paulo, v. 53, n. 2, p. 156-168,

mar/abr, 2013.

OMT. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

_____. **Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos**. Guía práctica. 2005.

ORTEGA y GASSET, J. **O homem e a gente – Inter-comunicação Humana**. Trad. De, J. Carlos Lisboa. Rio de Janeiro: Ibero-Americano, 1973.

RASCHE, A.; CHIA, R. **Strategy practices – what they are (not)**. In: EUROPEAN GROUP OF ORGANIZATION STUDIES, 23., Vienna. 2007.

ROMANO, J.O. **Política nas Políticas: Um olhar sobre os estudos na agricultura brasileira**. Tese (doutorado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais. 2007. Disponível em: < http://r1.ufrj.br/cpda/wp-content/uploads/2011/09/tese_jorge_romano.pdf > acessado em 22 fev. 2014.

SANTOS, M. **Espaço e sociedade: ensaios**. Petrópolis: Vozes, 156p., 1982.

_____. **A Urbanização Brasileira**. São Paulo: Hucitec, 157 p., 1996.

_____. **Da totalidade ao lugar**. São Paulo: Edusp, 170 p., 2005

_____. **A natureza do espaço**. São Paulo: Edusp, 2006.

SANTOS, J. E. GOMES, R. C.C., FERNANDES, M. J. C., CARNEIRO, R. N., NETO, L. E. N. **Pensando um subespaço¹ do homem: reflexões sobre problemas socioespaciais das pequenas cidades da microrregião de Umarizal (RN)**. Geografia Ensino & Pesquisa, v. 15, n.3, set./dez. 2011.

SUBIRATS, J. GOMÀ, R. **Políticas públicas: hacia la renovación del instrumental de análisis**. In: GOMÀ, R. e SUBIRATS, J. (coords.) Políticas públicas en Espana – contenidos, redes de actores y niveles de gobierno. Barcelona: Editorial Ariel, 1998, p. 21-36

WILLIAMSON, O. **The Mechanisms of Governance**. Oxford:
Oxford University Press, 429 p., 1996.

TRABALHO E MOBILIDADES NO TURISMO

Luzia Neide Coriolano¹¹⁸
Laura M. M. Fernandes¹¹⁹

Introdução

O turismo no Brasil se intensifica como consequência da mobilidade do capital e do trabalho dos países centrais para os periféricos, ou seja, o pano de fundo dado integra o desenvolvimento e a análise da atividade. O texto apresenta reflexões sobre conceitos que estão no cerne da atividade turística: mobilidade sazonal e migração temporária. O turismo desempenha importante papel na movimentação de pessoas para as mais diferentes direções conduzindo aos núcleos receptores. Mobilidade populacional implica relação entre espaço, capital e população não apenas para trabalho, mas contemporaneamente para lazer. Este é o foco do artigo. As metrópoles e os espaços litorâneos são as áreas de excelência da convergência e atração de turistas, investimentos, concentração de trabalhadores e de pessoas que usufruem do lazer. No turismo, mobilizam-se pessoas que trabalham e pessoas que aproveitam o tempo livre, e nesse movimento redes de hotéis e resorts deslocam-se para lugares de maior conveniência à acumulação de capital. Por diferentes motivações as pessoas procuram lugares que lhes proporcionem alegria, prazer e consumo. Quanto aos residentes e aos trabalhadores, especificamente, a relação com a atividade é influenciada pelo nível de turistificação do lugar.

O artigo não tem como foco explicar a mobilidade do capital, embora seja tema subjacente, mas a materialização do turismo por meio

118 Prof^a. Dra. do Programa de Pós-Graduação em Geografia, sub Coordenadora do Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará (UECE). Líder do Grupo de Pesquisa Turismo, Território e Sociedade do CNPq. Pesquisadora do CNPq.

119 Doutora em Geografia. Prof^a do Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos da UECE. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Turismo, Território e Sociedade do CNPq.

da mobilidade dos fluxos turísticos e desdobramentos: pessoas que ao realizarem turismo decidem retornar ao lugar visitado e fixar residência, abrir um negócio, morar e/ou investir, pessoas que se deslocam em busca de oportunidade de trabalho ou remanejadas pelas empresas. Sendo o turismo atividade sazonal incorre na mobilidade do trabalho, muitas vezes, também de forma sazonal. O objetivo é situar o turismo no contexto dos conceitos de mobilidade e de imigração, uma vez que fazer turismo implica, fundamentalmente, na mobilidade de pessoas qualquer que seja o modo de produção: socialista, capitalista. Sem fluxo turístico, expresso pela qualidade ou quantidade, não há turismo. Ainda cabe destacar a influência do posicionamento do destino turístico (país, cidade) no mercado nos desdobramentos decorrentes da movimentação dos fluxos turísticos, ou seja, interesse em trabalhar, investir e/ou morar no destino turístico.

Ao se apreender a mobilidade dos turistas no cotidiano das grandes cidades e de pequenos territórios turísticos capta-se deslocamentos diários de trabalhadores para os locais que prestam serviços de hospedagem e restauração. São relações complexas que produzem espacialidade com territórios e lugares em um mosaico de múltiplas estruturas e formas espaciais. Para o estudo realiza-se revisão bibliográfica sobre migração, mobilidade e mobilidade turística com o intuito de explicar a concepção de turismo como mobilidade sazonal e migração temporária, assim relacionam-se conceitos com a atividade turística em destinos turísticos, em especial com o Ceará, estado do Nordeste do Brasil.

Mobilidade sazonal e turismo

O turismo supõe viagem e lazer, assim a mobilidade de fluxos, seja de viajantes, moedas, capital e trabalho está no cerne da atividade. Apesar da complexidade em conceituar turismo e da flexibilidade dos conceitos adotados ao admitirem diferentes motivações fragilizarem a conceituação há concordância entre os autores em relacionar turismo à viagem fora do lugar de residência implicando em retorno. O turismo realiza-se em tempo livre, e envolve lazer e viagem, pois o fazer turismo se concretiza com deslocamento do lugar de residência ao destino turístico Turismo envolve tempo e espaço. Mobilidade significa facilidade para

se mover, para ser movido. Balbim (2004, p.4) afirma que:

A mobilidade geográfica pode constituir-se de deslocamentos cotidianos recorrentes, fruto da separação entre lugar de trabalho e habitação (migração pendular), de movimentos destinados às compras e ao lazer, ou, ainda, resultar de ritmos sazonais, imposições de ordem natural, etc. Os deslocamentos duráveis, com mudança de residência, podem ser impostos (deportação, exílio, êxodo) ou desejados (mudanças de vida).

Ao sistematizar os tipos de mobilidade no espaço geográfico, Balbim (2004, p.4) sugere as dimensões espacial e temporal do movimento. A dimensão temporal apresenta-se com “intenção de retorno num curto espaço de tempo (movimento circular de ida e volta), ou, ao contrário, ausência de intenção de retorno breve (movimento linear).” A dimensão espacial engloba o “deslocamento interno ao lugar de vida ou deslocamento para fora desse lugar.” Desse raciocínio, Balbim (2004, p.5) apresenta tipos de mobilidade espacial ou geográfica, sem levar em conta o sedentarismo e o nomadismo: mobilidade cotidiana (movimento interno e cíclico); mobilidade residencial (movimento interno e linear); as viagens e o turismo (movimento externo e cíclico); as migrações (movimento externo e linear). Para cada tipo, Balbim (2004, p.5) relaciona temporalidades sociais específicas: mobilidade cotidiana, mobilidade residencial, “viagens e turismo: temporalidade mais longa, excedendo um dia. E migração com “temporalidade ligada ao conjunto total da vida, marca a identidade do sujeito. É também definitiva e independente do possível retorno do indivíduo.”

No caso de viagens de turismo a temporalidade excede um dia fora do lugar de residência, ressalta-se, no entanto, que tomando por base os conceitos utilizados pela OMT (2001) para efeito de estatística os visitantes são classificados como turistas quando pernoitam e como excursionistas quando visitantes do dia. Tome-se como exemplo o turista que chega ao Ceará proveniente de outra cidade do Brasil ou de outro país, se hospeda em Fortaleza por uma semana e visita um município do Ceará sem pernoitar. Nessa situação é turista com relação à Fortaleza

e a rigor excursionista com relação ao município onde passou o dia. Balbim (2004, p. 5-6) considera as seguintes mobilidade: a cotidiana, que tem duração máxima de uma jornada, circunscrita ao espaço urbano, sendo identificada com os deslocamentos domicílio-trabalho, domicílio-escola, trabalho-escola, etc. Essa forma de mobilidade, a mais comum, é tanto consequência da organização urbana quanto fator de reorganização da cidade.; a sazonal, que se repete a cada ano seguindo ciclos climáticos, podendo durar vários dias dependendo das técnicas empregadas; a migração, que é deslocamento de longa duração entre contextos espaço-temporais distintos, movimento que pode durar por toda a vida após realizado a residencial, que implica na mudança de domicílio numa mesma aglomeração e também é de longa duração; a profissional, que pode ser uma alternativa à mobilidade residencial e pode implicar uma mobilidade social; a social, que é uma forma de deslocamento simbólico que tem como referência uma escala de renda ou de valores, ocasional, que não obedece a nenhum padrão e está ligada sobretudo às viagens de trabalho.

À luz da explicação de Balbim (2004, p.6) que entende que cada um desses tipos de mobilidade “têm ligações fortes entre si, o que leva à ideia de que os fluxos de mobilidade não são isolados uns dos outros, mas estabelecem relações de causalidade, complementaridade, substituição, incompatibilidade”, considera-se que na análise do turismo verificam-se além dos movimentos sazonais dos fluxos voltados ao lazer (mobilidade sazonal), possibilidades de movimentos pendulares e de movimentos sazonais de trabalhadores (mobilidade cotidiana, sazonal, residencial, profissional, social) bem como movimentos com mudança de residência motivados pela mobilidade do trabalho ou pelo desejo de mudança de vida (residencial, profissional, social). Evidencia-se nos estudos de Balbim (2004, p.6 -8) que o turismo é inserido no rol das mobilidades:

Cada prática de deslocamento e forma de mobilidade (cotidiana, migrações, turismo, residencial) tem sua projeção e efetivação balizada pelas necessidades, complementaridades, imposições, acessos e impedimentos relacionados com todas as demais formas de mobilidade. (...)

Um indivíduo, segundo sua história de vida, estará mais ou menos apto a realizar uma ou outra forma de mobilidade. Se o indivíduo carrega uma bagagem de ter sido criado na estrada, por exemplo, conhecendo diversos lugares, culturas, é mais fácil que ele consiga uma maior mobilidade social, que seja afeito a uma maior mobilidade residencial ou de turismo e por aí vai. (...) O turismo, a mobilidade cotidiana, as migrações, a mobilidade residencial, a mobilidade social, etc, possuem um mesmo ponto de origem do movimento, que é o lugar de permanência. (...) A mobilidade cotidiana, assim como a mobilidade residencial, o turismo e as migrações expressam alguma forma de mobilidade social, pois revelam um certo capital simbólico que pode estar associado ao modo de transporte empregado ou aos lugares visitados (o interior do estado ou o exterior do país, por exemplo).

A mobilidade do turista é temporária, sem mobilidade não há turismo, diferente de lazer que se dá no lugar de residência. Acrescenta-se que a mobilidade dos fluxos turísticos se diferencia pelo fato de ser voluntária. Viard (2011) explica que a mobilidade não é fenômeno tão prático, técnico e espacial foi transformado em norma com definição de regras e valores. A mobilidade se insere na vida contemporânea daqueles que podem viajar e que têm acesso ao consumo do turismo. No livro *Éloge de la Mobilité* o autor afirma que “a cultura da mobilidade nascida no tempo livre termina por submergir a oposição entre sedentários e nômades e migrantes estruturados pela relação de trabalho, ou ao trabalho.” (VIARD, 2011, p.18) Diz Viard (2011) que a vida se organiza de outra forma, com práticas e relações que levam a estabelecer novas relações entre os lugares e mobilidade. E o turismo se insere nessas novas relações, fenômeno recente que demanda estudos e teorização, portanto atualização de conceitos. A esse respeito, Bauman (1999) assegura que a combinação da anulação dos vistos de entrada nos países com o aumento do controle de imigração tem forte significado

simbólico, apresenta-se como estratificação emergente, e denota que o acesso à mobilidade global foi elevado a mais alta categoria dentre os fatores de estratificação. Depois das migrações e das conquistas das colônias a mobilidade passa a ser nova etapa do deslocamento dos homens com nova lógica de trajeto dentro do espaço comum, não se parte mais totalmente de onde se vem, pois se pode novamente passar sem parar nos lugares. Os estudos sobre mobilidade não se restringem mais aos deslocamentos forçados, surge a lógica do lazer e do turismo. No entanto, lembra Viard (2011) as mobilidades são criadoras de liberdades, assim como de exclusões. Se o turismo se expande e vários trabalhadores passam a ter acesso ao turismo, há grande contingente de pessoas que vive na pobreza e que não tem acesso sequer ao trabalho.

O Estado do Ceará de onde já saíram levas de migrantes recebe cerca de 2.848.459 turistas via Fortaleza, demanda composta por brasileiros e estrangeiros em 2011. (SETUR, 2012). Esse número é maior que a população da capital que é de 2.315.116 habitantes (IBGE, 2012). Para 2012 é estimada a demanda de 3.050.000 turistas.¹²⁰ A mobilidade dos visitantes concentra-se em áreas específicas da cidade: Av. Beira-Mar, Praia do Futuro, Praia de Iracema, mercado central, centro de turismo, ou seja, bairros ditos nobres onde está a oferta e o centro da Metrópole. Essa mobilidade é testemunha das mudanças espaciais e sociais e se insere, no contexto da produção desigual e combinada da Metrópole. Se antes a mobilidade do “êxodo rural” ou mobilidade de camponeses para as metrópoles era a temática chave, na contemporaneidade a mobilidade turística é incontestável para as metrópoles. Fortaleza é um dos destinos turísticos mais procurados no Brasil de acordo com as estatísticas do fluxo turístico doméstico. Conforme veiculado pela SETUR/CE¹²¹ os dados da pesquisa “Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil – 2010/2011”, encomendado pelo Ministério do Turismo (MTur)

120 Demanda Turística via Fortaleza (dados estimados). Agregados turísticos do Ceará: 2006/2012. Fonte: Indicadores Turísticos. SETUR/CE, 2013.

121 Fortaleza é um dos destinos turísticos mais procurados pelos brasileiros. Disponível em: <<http://www.ceara.gov.br/index.php/sala-de-imprensa/noticias/6971-fortaleza-e-um-dos-destinos-turisticos-mais-procurados-pelos-brasileiros>>. Acesso em 21/04/2013.

à Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), vinculada à Universidade de São Paulo (USP) mostram no item que avalia qual destino as pessoas mais desejam conhecer que Fortaleza aparece como preferência para 10,9% dos entrevistados, à frente do Rio de Janeiro (10,7%) e atrás apenas do arquipélago de Fernando de Noronha, com 13,3%.

Migração em diferentes perspectivas

O aprofundamento do tema remete aos estudos sobre mobilidade espacial da população em Becker (1997) que diferencia migração internacional, migração interna e em outras escalas, a exemplo dos movimentos pendulares intrametropolitanos para trabalho e/ou estudo, assim como os deslocamentos intraurbanos de caráter residencial. Observa-se que o desempenho dos núcleos turísticos afeta o movimento pendular. No Ceará, por exemplo, trabalhadores se deslocam de comunidades próximas para trabalhar em Jericoacoara/Jijoca de Jericoacoara e em Canoa Quebrada/Aracati devido aos postos gerados nas atividades ligadas ao turismo (pousadas, restaurantes, entre outros). No município de Caucaia, na Região Metropolitana de Fortaleza - RMF, a oferta de meios de hospedagem instalada para atender o fluxo turístico tem permitido que trabalhadores ligados às atividades do Porto do Pecém, no município de São Gonçalo do Amarante, também situado na RMF, pernoitem no destino turístico. O movimento pendular ocorre também para turismo, para exemplificar citam-se as excursões que saem de Fortaleza em direção às praias fora da cidade com retorno no fim do dia.

Migração é objeto de estudo de diferentes áreas de conhecimentos e analisado em diferentes interpretações. Destaca-se neste trabalho a perspectiva neoclássica e a neomarxista. A neoclássica analisa migração como consequência de decisão pessoal e dos chamados fatores de atração-repulsão (*push-pull factors*). Outro aspecto que compõe o enfoque clássico é a compreensão da migração como mecanismo gerador de equilíbrio para economias em mudança. Nessa linha de reflexão destacam-se os teóricos: Ravenstein, Lee e Todaro. A perspectiva neomarxista trabalhada por Gaudemar surge nos meados dos anos 1970. Na perspectiva crítica, Becker (1997) explica que migração é

entendida como mobilidade forçada pelas necessidades do capital.

Do ponto de vista de Salim (1992) não existe unanimidade na compreensão do que seja migração, migrante ou mobilidade. O autor afirma que existem dificuldades para se delimitar o que sejam fluxos ou correntes migratórias – nomadismo, evasão populacional, movimentos sazonais. Esclarece que o consenso nas diversas concepções vincula-se ao entendimento que:

Os fluxos migratórios originam-se do desequilíbrio espacial de natureza econômica, o qual produz diferencial de renda e emprego, por exemplo, entre as áreas de origem e destino. Além deste denominador comum, tudo é controvérsia: desde a concepção do que é fluxo ou mobilidade até a análise e tratamento empírico dos dados. (Salim, 1992, p.121).

Salim (1992, p.121) acrescenta que:

A migração não se reduz à transferência de um contingente humano que, em determinado período, desloca-se entre duas regiões e muda de residência de forma permanente. Definição criteriosa de migração teria que incluir outras possibilidades como a migração de retorno e abranger também as migrações temporárias.

Compreende-se que para o autor a concepção de migração abrange mobilidades sazonais havendo várias formas de migrar o que possibilita inserir turismo na conceituação de migração temporária concretizada na viagem de lazer que não impõe fixação de residência. Pode-se abordar ainda a migração temporária para realização de atividade laboral. Nos centros turísticos de montanha na França, por exemplo, a sazonalidade é determinante dos fluxos de turistas e de trabalhadores, estes passam a residir durante a temporada no destino turístico. Assim há várias formas de migrar e turismo se insere também na conceituação de migração, não na migração que impõe fixação de residência, mas corresponde à migração temporária.

O Instituto Migrações e Direitos Humanos define migração como movimento de pessoas, grupos ou povos de um lugar para outro. O documento: Conceitos Básicos de Migração da Organização Internacional para as Migrações – OIM define migração como movimento de população de um território para outro ou dentro do mesmo, abrange todo movimento de pessoas, seja qual for o tamanho, composição e causa. Inclui a migração de refugiados, de pessoas deslocadas, desarraigadas e migrantes econômicos. Nos destinos turísticos do Brasil e do mundo pode-se encontrar pessoas que após visitarem o lugar na condição de turistas decidem retornar para morar por diferentes razões, uma delas pode ser a possibilidade de desenvolver atividades laborais. Migrar significa passar de uma região para outra; passar periodicamente de uma região ou clima a outro, assim torna-se possível utilizar o termo migração temporária ou sazonal. A migração turística se enquadra nessa explicação.

Mobilidade turística

A mobilidade dos fluxos turísticos é uma mobilidade e uma migração temporária, sazonal. Moriniaux (2010) dedica parte do livro *Les Mobilités* às explicações das mobilidades ligadas ao turismo e ao lazer, e considera as mobilidades do turismo e do lazer no centro da hipermobilidade urbana. Relaciona as mobilidades turísticas com as dinâmicas urbanas na promoção de investimentos e produção de lugares. Moriniaux (2010) ao apresentar o tema mobilidade no livro citado anuncia que dedica grande espaço à questão epistemológica e que cada capítulo traz à tona a história e o estado da pesquisa em cada domínio relacionado às mobilidades, migrações internacionais, migrações e mobilidades internas, aspectos sociais das mobilidades e as mobilidades turísticas. Verifica-se a inserção da mobilidade turística no âmbito de análise da mobilidade e da migração.

Pode-se afirmar que turismo é mobilidade, supõe deslocamento. As mobilidades dos fluxos turísticos são temporárias ou sazonais. Moriniaux (2010) esclarece ainda que as causas econômicas são essenciais para compreender as mobilidades e que as únicas mobilidades realmente voluntárias e escolhidas são as mobilidades turísticas. Viard (2011) corrobora com a ideia ao afirmar que as mobilidades do tempo

livre usado para lazer são quase sempre voluntárias. Não é objetivo do trabalho discutir o efeito mimético no ato de fazer turismo e fatores que influenciam a viagem, o que se busca explicar é a inserção do turismo no campo da mobilidade, ou a concepção teórica da mobilidade turística. Os autores citados consideram deslocamento para fazer turismo em pé de igualdade com outras mobilidades “não escolhidas”, aquelas decorrentes das imposições do mercado de trabalho, das questões climáticas. A mobilidade, portanto, diz respeito ao deslocamento quer de fluxos turísticos, quer de trabalhadores e no estudo do turismo não são excludentes. Na análise de Fagnoni (2010, p.191) as mobilidades do turismo e do lazer estão no centro da hiper mobilidade contemporânea:

Diante da variedade das mobilidades contemporâneas, os habitantes do planeta se tornaram nômades. O turismo e o lazer contribuem largamente com esse “nomadismo”, levando a uma era do movimento e conseqüentemente ligando os lugares e interconectando o mundo. O aumento e a diversificação do consumo e a aspiração de tempos de deslocamento mais e mais curtos contribuíram para o desenvolvimento espetacular do setor de transporte impactando a multiplicação e diversificação das mobilidades temporárias ligadas à recreação do indivíduo, implicando na ruptura do cotidiano.

Não resta dúvida que os fluxos turísticos estão relacionados às mobilidades temporárias, e que ocorre turistificação em muitos lugares onde se assiste ao desenvolvimento da mobilidade turística que implica em fluxos humanos, culturais, técnicos e financeiros. O turismo não se limita aos deslocamentos, pois os fluxos turísticos evidenciam transformações espaciais e no comportamento das sociedades. Os deslocamentos turísticos têm impacto significativo nas economias, nas paisagens, em especial nos polos emissores e receptores das mobilidades turísticas. Fagnoni (2010, p.192) questiona por qual razão se viaja, e se essa prática antecede o século do turismo, e afirma, categoricamente, que:

Distante das grandes migrações sazonais induzidas pela massificação recente do turismo, a mobilidade turística encontra raízes na capacidade que as pessoas têm de relacionar com o outro, no reconhecimento e nas diferenças do outro.

Portanto o turismo supõe alteridade, implica encontro, respeito e compreensão do outro e assim nem todo turismo é focado meramente no puro consumo. Existem pessoas que viajam interessadas na cultura, nas vivências e experiências, outras que se interessam pelos lugares tradicionais e de ancestrais no turismo de raiz (CORIOLANO, 2009). A pré-mobilidade turística para Fagnoni (2010) vai do fim do século XVI a primeira metade do século XVII e remete à mobilidade educativa inglesa no fim do século XVII que marca o surgimento da migração turística e permite compreender como surgem as viagens turísticas. O Gran Tour representa a mobilidade de estudantes e intelectuais da aristocracia europeia. Na apreciação de Fagnoni (2010) significa apenas pré-mobilidade, pois as mobilidades propriamente ditas ocorrem nos séculos seguintes, em especial na contemporaneidade. A mobilidade turística situa-se no espaço e no tempo mostrando intensidades, assim como transformações sociais e espaciais por elas produzidas. O turismo imprime nova dimensão à concepção de urbanização. Afirmam Duhamel, Knafou *apud* Fagnoni, (2010) que as mobilidades turísticas nos territórios urbanos permitem compreender melhor o cotidiano e o que está fora do cotidiano dos indivíduos, portanto envolvem residentes e turistas. Há turistas que buscam envolvimento com o cotidiano dos residentes e há aqueles que se mantém em bolhas e se afastam do contato com as pessoas do lugar visitado.

Compreende-se que a realidade estudada por Fagnoni (2010) está centrada no padrão de vida francês, no entanto, acredita-se que o referencial teórico auxilia no avanço da investigação do turismo no Brasil e oferece suporte conceitual. Fagnoni (2010) esclarece que nos anos 1960 foram escritas as primeiras teses dedicadas ao turismo na França, tais como: *Villégiature* e Turismo na Costa Francesa em 1963, Paisagem Humana na Costa Brava em 1966, e Grande Migração de Verão dos Franceses em 1969. Esta última desenvolvida por Françoise Cribier

que produz uma geografia da civilização urbana a partir das migrações de férias, de lazer e de turismo. Tornam-se relevantes os estudos que relacionam turismo com mobilidade e avançam na elaboração teórica do termo mobilidade turística. Menciona-se Dehoorne (2002) que elabora reflexões a partir de lugares turísticos sobre a inter-relação turismo-migração e apresenta resultado das inter-relações de cenários de migração espontânea, de turistas que se tornam residentes, e de falsos turistas, aqueles que usam o turismo como pretexto para entrar no país em busca de trabalho tornando-se imigrantes. No Nordeste do Brasil encontram-se turistas comprando imóveis, tornando-se proprietários e residentes temporários, outros residentes definitivos, quando deixam de ser turistas para ser imigrantes. Alguns casam e conseguem permanecer oficialmente no Brasil com residência fixa. Essas implicações nas mobilidades dificultam a aquisição de dados estatísticos, pois fica difícil o registro dos que passam a morar definitivamente.

Dehoorne (2002) afirma que o lugar turístico é plataforma para novas lógicas migratórias, pois recebe fluxos variados de turistas e trabalhadores, como gerentes de hotéis, maîtres, cozinheiros, garçons, e instrutores de kite surf, windsurf. São casos diferenciados de turistas, alguns que retornam ao lugar de férias para fixar residência, outros que se deslocam ao destino turístico para trabalhar, pessoas com mais mobilidade por serem qualificadas e aposentadas. O autor cita Williams e Hall para mostrar que as mobilidades multiformes alteram as tipologias mais clássicas e que é tão significativa a relação turismo e migração que se fundem. Portanto, o assunto diz respeito ao Código dos Estrangeiros nos países. Para Dehoorne (2002, s/p):

O mercado turístico é uma realidade econômica estabelecida e está no centro de trajetos migratórios variados e renovados no contexto internacional. Os lugares turísticos tradicionais e emergentes constituem interessantes laboratórios para análise das lógicas das mobilidades contemporâneas e de suas recomposições multiformes.

O autor acrescenta que nos lugares onde o turismo melhor se

estruturou os deslocamentos sazonais se tornaram migrações definitivas, fazendo do turismo uma atividade que provoca povoamento enquanto outras migrações temporárias alimentam o mercado. Isso explica a presença de estrangeiros no Brasil com residências fixas e casas de veraneio em núcleos internacionais de turismo no Ceará com ofertas de serviços e mão de obra de diversos países como Jericoacora/Jijoca de Jericoacoara e Canoa Quebrada/Aracati. Para Viard (2011, p.9) “o turismo se transformou no grande construtor dos lugares montanhosos, onde regiões inteiras foram despovoadas e outras repovoadas.” Mobilidade não se reduz a movimentos migratórios com fixação de residência. Dehoorne (2002, s/p) considera o turismo “um componente da mobilidade, mas não uma migração no senso estrito, não podendo ser inserido no conjunto dos fluxos migratórios”. Portanto, Dehoorne compreende o turismo no contexto da mobilidade, mas não como migração. Lejoux (2007) define mobilidade turística como aquela que corresponde aos deslocamentos de pelo menos uma noite efetuados fora do lugar de residência com o objetivo de lazer, negócios e outros motivos não ligados a atividade remunerada no lugar da visita. Aborda a mobilidade turística e enfatiza que as mudanças temporárias de localização dos consumidores geradas pelas mobilidades turísticas merecem ser consideradas na análise da organização espacial da economia e agrega ao campo de análise o consumo. Dessa forma, adota para mobilidade turística uma das primeiras definições de turismo da Organização Mundial do Turismo – OMT. Chapuis (2010, p.213) esclarece que “as mobilidades turísticas são deslocamentos temporários dos indivíduos fora do lugar de vida cotidiana com a finalidade de recreação”. Entre as mobilidades turísticas intraurbanas, as mais estudadas, conforme a autora são aquelas ligadas às visitas guiadas. Coriolano (2001) menciona que turismo é uma forma de migração temporária para um ou vários lugares em busca de prazer, satisfação, lazer e entretenimento. Turistas internacionais utilizam passaporte, dependendo da legislação do país deverão obter um visto. Ao turista é cobrada a intencionalidade da não migração plena.

Os estudos sobre mobilidade e migração admitem diferentes enfoques, sob a perspectiva do turismo abre-se novo leque que, por sua vez, se desdobra em diferentes possibilidades: mobilidade dos fluxos

turísticos em busca de lazer, mobilidade dos trabalhadores em busca de ocupação como consequência do desenvolvimento do turismo em dado lugar, mudança de residência por decisão de investir no lugar visitado.

Mobilidade turística e legislação brasileira

A situação do estrangeiro no Brasil é definida pela Lei nº 6.815 de 1980 que apresenta no Art. 4º as modalidades de vistos que podem ser concedidos a estrangeiros que pretendam ingressar no Brasil: de trânsito, turista, temporário, permanente, cortesia, oficial e diplomático. O art. 9º esclarece que o visto de turista poderá ser concedido ao estrangeiro que venha ao Brasil em caráter recreativo ou de visita, assim considerado aquele que não tenha finalidade imigratória, nem intuito de exercício de atividade remunerada. Ou seja, turista não é imigrante. No art. 12 lê-se que o prazo de validade do visto de turista será de até cinco anos, fixado pelo Ministério das Relações Exteriores, dentro de critérios de reciprocidade, e proporciona múltiplas entradas no País, com estadas não excedentes a noventa dias, prorrogáveis por igual período, totalizando o máximo de cento e oitenta dias por ano. Há ainda situações contempladas em Acordos Bilaterais em que não há exigência de visto para o estrangeiro que vem fazer turismo.

O tema mobilidade turística é polêmico e atual, envolve o direito de ir e vir assegurado nas Constituições sendo assim assunto com variadas interpretações e normas. Considere-se que leis, normas, conceitos respondem às mudanças que se dão ao longo da história, portanto passíveis de atualização. Vainer (2005) ao abordar a realidade atual e as inovações contemporâneas sugere que o novo vem da emergência efetiva de novos processos, novas práticas, novas projeções espaciais, novas escalas e novas relações interescares, novas territorialidades, novas dimensões espaciais, novos significados e funções para estas dimensões, escalas e territórios. Trata o novo como resultante de um processo de reconfiguração da nossa capacidade perceptiva: é como se determinados processos ou práticas presentes desde há muito tempo na realidade social viessem à tona. O turismo é tema recente sendo necessário teorizá-lo, aprofundar a compreensão desta atividade relevante para o Brasil.

Conclusões

A explicação da realidade estudada e sua teorização vinculam-se à incorporação do novo, parte-se da realidade que está em movimento constante. O turismo como fenômeno mundial e desigual é atividade recente, nova e inovadora. No Brasil instalou-se apenas há cinco décadas. Faz-se necessário a exemplo de outros fenômenos, investigá-lo, teorizá-lo e repensar as teorias no contexto das mudanças que ocorrem na contemporaneidade. Se antes o turismo não era visível no Ceará, agora é impossível negá-lo. O turismo constitui possibilidade das pessoas se movimentarem, mobilizarem e migrarem, o que permite vislumbrar dificuldades na teorização de mobilidade e migração pelo turismo ao se analisar as concepções e perspectivas de diferentes autores. Admitir que só exista mobilidade relacionada ao trabalho ou com fixação de residência significa redução da compreensão e não condiz com a realidade do processo civilizatório no contexto histórico contemporâneo. Teóricos do turismo tanto franceses como brasileiros explicam de forma convincente a mobilidade turística, fato aceito por pesquisadores menos ortodoxos e mais flexíveis. Sabe-se que nas Ciências Sociais as teorias são subjetivas, explicações teóricas datadas e localizadas e assim passíveis de várias interpretações. Daí porque se opta por determinadas teorias.

Considerando que o turismo é atividade recente e que a produção científica refere-se à realidade, acredita-se na elaboração teórica que abra espaço para a inserção do turismo no contexto conceitual de assuntos tradicionais. Se a realidade aponta nova lógica, necessário se faz analisar os processos que surgem e incorporá-los na produção teórica.

Com a realização desta investigação verifica-se que as mobilidades turísticas são estudadas no âmbito acadêmico na França e no Brasil. Certamente, é enorme o alcance do turismo em países como a França, maior destino receptor mundial, no entanto pode-se afirmar que no Brasil o desenvolvimento do turismo também atua na produção do espaço o que pode ser comprovado na observação dos destinos turísticos do país. Quanto aos termos mobilidade turística e migração temporária, observa-se que os autores estudados utilizam o termo mobilidade turística, no entanto, o entendimento do turismo como

migração não se apresenta como consenso. O turismo é mobilidade e migração. Acrescente-se que mobilidade e migração ligadas aos fluxos turísticos são temporárias.

Bibliografia Consultada

BALBIM, Renato. Mobilidade: uma abordagem sistêmica. Palestra CETESB, Secretaria do Meio Ambiente. São Paulo, 2004. Disponível em: <http://www.edu-doc.com/download.ph>. Acesso em 28/01/2012.

BAUMAN, Zygmunt. Globalização. As consequências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BECKER, Olga M. S. Mobilidade espacial da população: conceitos, tipologia, contextos. In: CASTRO, Iná E. et all. Explorações geográficas: percursos no fim do século. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

BRASIL. Lei Nº 6.815, de 19 de agosto de 1980. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6815.htm>.

CÂMARA CASCUDO, L. da. Prelúdio da Cachaça. São Paulo: Global, 2006.

CHAPUIS, Amandine. Mobilités touristiques et dynamiques urbaines: de l'investissement à la production des lieux. In: MORINIAUX, Vincent et all. Les mobilités. S/l: Éditions Sedes, 2010.

CORIOLOANO, Luzia N. T. Turismo e Migração: um estudo de caso. S/l: 2011. <<http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=P755059>>. Acesso em: 29/01/2012.

CORIOLOANO, Luzia N. T et all. Arranjos Produtivos Locais do Turismo Comunitário. Fortaleza: EDUECE, 2009.

DEHOORNE, Olivier. Tourisme, travail, migration: interrelations et logiques mobilitaires. Revue Européenne des migrations internationales. Vol. 18, nº1/2002. Turismo e migração. Disponível em: <<http://remi.revues.org/1676>> . Acesso em: 29/01/2012.

FAGNONI, Édith. Les mobilités de tourisme et de loisirs au coeur de

l'hypermobilité contemporaine. In: MORINIAUX, Vincent et al. Les mobilités. S/l: Éditions Sedes, 2010.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2010). Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/dados_divulgados/index.php?uf=23> Acesso em: 10/01/2012.

LEJOUX, Patricia. (2007). Des temporalités de la production aux temporalités de la consommation : l'enjeu des mobilités touristiques pour les économies locales. (2007) Espace populations sociétés, 2007/2-3. Disponível em: <<http://eps.revues.org/index2179.html> >. Acesso em : 28/01/2012.

MORINIAUX, Vincent et all. (2010). Les mobilités. S/l: Éditions Sedes.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL PARA AS MIGRAÇÕES – OIM. Conceitos básicos de migração segundo a Organização Internacional para as Migrações – OIM. Disponível em: <http://www.csem.org.br/pdfs/conceitos_basicos_de_migracao_segundo_a_oim.pdf >. Acesso em: 28/01/2012.

SALIM, Celso A. **Migração**: o fato e a controvérsia teórica. In: ABEP. VIII Encontro de Estudos Populacionais, 1992.

SETUR - Secretaria Estadual do Turismo. (2012). Indicadores turísticos. Disponível em: <http://www.setur.ce.gov.br/categoria1/copy4_of_estudos-e-pesquisas> Acesso em: 18/12/2011.

VAINER, Carlos B. Reflexões sobre o poder de mobilizar e imobilizar na contemporaneidade. In: NETO, Helion P. e FERREIRA, Ademir P. (Org.). **Cruzando fronteiras disciplinares**. Um panorama dos estudos migratórios. Rio de Janeiro: Editora Revan, 2005.

VIARD, Jean. **Éloge de la mobilité**. Essai sur le capital temps libre et la valeur travail. S/l : Éditions de l'Aube, 2011.

PATRIMÔNIO CULTURAL: DA NORMA AO SENTIDO SUBJETIVO DE LUGAR

José Clerton de Oliveira Martins¹²²

Introdução

Apenas o que o espaço físico proporciona em si, não é suficiente para a condição de lugar especial. Tal qualificativo é atribuído por quem percebe, se apropriou e dota de significado afetivo ao lugar. Nesse momento, a partir do afeto investido, o espaço comum se transforma em lugar especial. Portanto, o que dota o lugar de sentido especial é o conjunto de significados, os símbolos que os sujeitos que o vivenciam e dele se apropriam em elaboração subjetiva, imprimem no espaço a condição de “lugar especial e único”. O conjunto de valores representado pelos significados e símbolos imateriais está projetado no espaço geográfico, tornando o lugar especial, pois advindo da relação afetiva e por isso resguardam marcas de cada sujeito que estão de certa forma, ligados, implicados, comprometidos com esse lugar. Assim, ao observarem o lugar ou se referirem a este lugar que é tomado como seu, em seu íntimo expressam: “isto sou eu” e em comunhão com o grupo, “isto somos nós”. Sobre esta possibilidade recordamos o que nos disse Milton Santos,

O território em que vivemos é mais que um simples conjunto de objetos, mediante os quais trabalhamos, circulamos, moramos, mas também um dado simbólico. A linguagem regional faz parte desse mundo de símbolos, e ajuda a criar esse amálgama, sem o qual não se pode falar de territorialidade. Esta não provém do simples fato de viver num lugar, mas da comunhão que com ele mantemos (1998, p.62).

122 Professor do Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Psicologia da Universidade de Fortaleza – UNIFOR. E do Mestrado Profissional Gestão em Negócios Turístico da UECE. Coordenador do Laboratório de Estudos Sobre Ócio, Trabalho e Tempo Livre– OTIUM.

O processo não é breve e nem tem um final, reúne história, conhecimento e demonstra em várias possibilidades a relação que um povo tem com o lugar que é identificado como extensão de si mesmo. Na perspectiva, todo espaço é sua casa, seu lar, seu lugar, uma significação de existência oferecendo peculiaridades, expressões de identidades, referência que em conjunto, conferem ao lugar um sentido. São muitos os exemplos de tais peculiaridades: a técnica de preparação dos alimentos, a combinação de sabores baseada no que a terra oferece, a maneira como o homem se relaciona com o místico, os templos, igrejas, sinagogas, terreiros, centros, as festas, a celebração por conta da chuva, ou do sol, ou a realização de um ritual ancestral, a adaptação de elementos de culturas estrangeiras que de alguma forma influenciou a história local, e ainda as da natureza do encantamento como as lendas, os mitos, as histórias das guerras do povo em defesa de seu espaço, a arte nativa, a arquitetura, as relações sociais, os laços afetivos, etc. Tudo isso está no lugar e pertence ao povo que elaborou. Assim, podemos imaginar as consequências que o descuido com tais obras pode promover. Na realidade, o que torna o lugar atraente é muito mais do que a cultura, é mesmo sua gente, o jeito que esse povo encontrou de estar e ser em seu espaço, vivendo sua realidade, da forma singular como podem. Siegfried Lenz comenta:

Para mim a terra natal não é exatamente o lugar onde nossos mortos estão enterrados; é o lugar onde temos nossas raízes, onde possuímos nossa casa, falamos nossa linguagem, pulsamos os nossos sentimentos mesmo quando ficamos em silêncio. É o lugar onde sempre somos reconhecidos. É o que todos desejamos, no fundo do coração: sermos reconhecidos e bem recebidos sem nenhuma pergunta (SANTOS, 1998, p.63).

Ao tratar de tais aspectos, podemos inferir que o autor expressa sobre a percepção de acolhimento ao referir-se ao seu lugar. Ali poder caminhar sem medo. Reconhecer em cada outro e nas coisas do lugar a si próprio. O autor fala sobre o Patrimônio Cultural que resguarda identidades e acolhe.

A construção normativa brasileira do termo Patrimônio Cultural

Encontramos em Martins (2006) que o conceito de patrimônio histórico e artístico, usado desde o século XIX, foi paulatinamente sendo substituído pelo conceito mais amplo de patrimônio cultural, de acordo com as atualizações dos estudos antropológicos que deram abrangência a este campo do saber e ainda, consoante com a concepção antropológica de Cultura. Partindo das atualizações globais, a Constituição Brasileira de 1988, no seu artigo 216, seção II – DA CULTURA, estabelece um conceito de Patrimônio Cultural.

Constituem Patrimônio Cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomado individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I – formas de expressão; II- Os modos de criar, fazer e viver; III – As criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV – As obras, objetos documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V- Os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

Complementando essa preocupação esboçada no texto constitucional, o decreto presidencial nº 3.551, de 04 de agosto de 2000, sugere mecanismos de registro do “patrimônio imaterial”. Essa esta registrada nos livros: 1) “dos saberes”, contemplando aqui conhecimentos, habilidades e modo de fazer; 2) “das celebrações”, onde serão assinalados rituais e festas representativos para a sociedade brasileira; e 3) “das formas de expressão”, onde serão registradas manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas. Com essa medida, procuramos reparar a prática de mais de sessenta anos, que despreza elementos significativos da cultura brasileira. Podemos inferir que o que registra a lei, ampara possibilidades de entendimento do objeto, porém em se tratando do que seja a amplitude do termo Patrimônio Cultural, está para além do escrito. Podemos observar tal

possibilidade ao questionar o que envolve “saberes”, “fazeres”, “formas de expressão”, “celebrações” ao se pensar o povo/sujeitos atuantes em seu papel cidadão no país, sendo este consciente de direitos e deveres e, sobretudo, considerando que este é respeitado pelo estado que o ampara e o protege, assim como o faz com os produtos de sua ação existencial no ambiente. Assim, passamos a explorar outros encaminhamentos possíveis para o termo patrimônio cultural e para tanto, iniciamos com o que orienta o antropólogo, psicanalista e investigador do tema cultura, professor emérito da Universidade de Barcelona, Aguirre (1997:204). Este afirma que é difícil definir um conceito de patrimônio, pois envolve amplos e diferentes campos. Patrimônio e patrimonial são termos utilizados por juristas, sociólogos, historiadores e antropólogos. O homem em sentido corrente, quando quer dar um sentido de valor a algo diz ser este um patrimônio. Há, no entanto, um ponto comum em todas as possibilidades de apreensão do termo patrimônio que considerá-lo como algo que resguarda um valor, sendo que do patrimônio todos se utilizam individualmente ou coletivamente.

Na perspectiva antropológica, o Patrimônio que nos referimos é equivalente à Cultura (Clemente, 1993 em Aguirre, 1997:204) e em assim sendo, o termo patrimônio cultural assume função globalizante assinalando tratar-se do principal testemunho da contribuição histórica para as civilizações, da capacidade criativa contemporânea, não podendo ser resumido apenas a um conjunto de bens dignos de conservação por razões de arte e de cultura.

Os estudos sobre patrimônio cultural estão ampliados em muitas perspectivas: território, ambiente, museografia, psicologia, sociologia, antropologia, relações político-administrativa, didática, área social e cultural. No caso brasileiro, assim como em outros, primeiro a palavra Patrimônio Cultural se referia quase exclusivamente ao artístico, aplicando-se aos produtos humanos caracterizados pelo sublime (Herskovits 1964, em Aguirre 1997:204) como uma manifestação da capacidade de criação estética de uma cultura e em específico, de determinado segmento social. Ainda podemos observar tal tendência, sobretudo no contexto brasileiro, onde as obras produzidas, ou ainda os espaços elaborados e apropriados pelas classes excluídas, pensando

o conceito normativo e os conflitos de interesses em jogo, não são considerados como patrimônio e, portanto, não se os reconhece. A tradicional divisão entre patrimônio histórico e artístico deu lugar a outra perspectiva com a abordagem de patrimônio cultural, pois a esta se agregaram o arqueológico, documental, bibliográfico e etnográfico, sem perder de vista que cada uma dessas possibilidades chamam para si metodologias próprias das respectivas áreas de conhecimento. Desta forma, com referência ao patrimônio podemos atribuir o que sugere Bourdieu com relação à cultura, este sugere existir apenas um patrimônio – o Cultural - do qual se apropriam de forma diferente todas as possibilidades de definições de cultura.

A ideia de Patrimônio Cultural, quando envolve todos os aspectos da atividade humana, conduz a uma revalorização do natural, do meio-ambiente como algo relacionado ao homem e manipulado por ele. O homem em interação com natureza domina suas espécies, o meio geográfico e o ambiente. Controla, consciente ou inconscientemente, o habitat onde desenvolve sua vida potencializando umas espécies em detrimento de outras. Neste sentido, o meio-ambiente está intimamente relacionado com o cultural e, portanto, com as produções do homem (Aguirre, 1997, p.205).

O conceito de Patrimônio Cultural envolve o feito humano atrelado a um contexto. Uma vez que todo o espaço ocupado pelo homem, está demarcado e oferece testemunho de sua ação em busca de sua sobrevivência e bem-estar. Assim, o espaço natural está impresso pelo resultado desta ação humana, o que nos leva a inferir que tudo que representa esta impressão seja no âmbito material, ou simbólico (imaterial), representa interferência humana que significa cultura, que por sua vez é patrimônio cultural. O patrimônio nesta possibilidade, não é algo sem importância, fruto de convenções sociais e postas em normas. É dinâmico e abre possibilidades para o aprofundamento nos contextos sociais, históricos, econômicos que envolvem o lugar e sua gente. O antropólogo partindo de tais expressões/produções toma contato com

as necessidades da sociedade que o produziu em sua experimentação existencial, tendo a possibilidade de entender seus problemas, o que os gerou e colaborar na busca de explicações, compreensões. Assim, patrimônio é reflexo da sociedade que o produz, sendo necessário esclarecer que este nem sempre é fruto da coletividade, pois existem processos nos quais o Patrimônio é produto de contextos econômicos, políticos, ou culturais que, por sua vez, possuem origem em decisões de grupos concretos, ou classes. Cabe assim, deixar claro que apenas representam patrimônio cultural local, quando tais construções são assumidos/assimilados pela coletividade de forma autônoma.

Patrimônio cultural, cidadania e participação.

O conceito de participação enfatizado no princípio democrático, no qual se entende que todos os que são atingidos por medidas sociais e políticas devem participar do respectivo processo decisório e que por isso preocupa-se em estimular o comprometimento dos grupos envolvidos num projeto de gerência e decisão dos assuntos que dizem respeito ao interesse comum. A participação popular, muitas vezes parece não ser muito eficiente, porque demanda tempo e isso pode impactar em custos, além de inferir complexidade do processo decisório. Entretanto, os benefícios do desenvolvimento não podem ser medidos exclusivamente pelos ganhos financeiros, pois sabe-se, a participação cidadã aporta outros benefícios à comunidade e ao lugar, como por exemplo, aproximar, convocar a cooperação e isso gera responsabilidade pelo compromisso conjunto assumido.

Um homem a quem se paga, sabidamente, muito menos do que necessita para viver com um mínimo de decência não é tratado pela sociedade como um verdadeiro cidadão. Será um instrumento de trabalho, um parafuso em uma máquina, jamais uma criatura que pelos simples fato de viver é portadora de direitos (Santos 1998, p.98).

No processo de preservação patrimônio humano, ou cultural, em geral, observamos ausência de participação popular. Desse processo

de excluir a população do que é seu, advém uma série de outros desconhecimentos. O ideal seria a participação total da população local nas decisões relativas à sua própria cidade. Mas é possível uma população com problemas de primeira necessidade, como alimentação, trabalho, segurança, econômicos, de saúde e sem informações, se interessar pelo destino de uma igreja barroca, de casas coloniais ou de uma floresta, ou de uma praça?

O termo cidadania convoca várias interpretações. Pode-se convocá-la como mera relação legal estabelecida entre o indivíduo e o país de sua nacionalidade (Fernandes, 1993: 265), identificando aquele que está na posse de seus direitos políticos, cumprindo seus deveres de cidadão. No entanto o termo possui mais significantes e podemos ampliar a visão de cidadão como sugere-se a seguir Fernandes,

aquele ser responsável pela História que o envolve. Sujeito ativo na cena política, reivindicante ou provocador da mutação, da transformação social. Homem envolto nas relações de força que comandam a historicidade e a natureza política. Enfim o cidadão como ser, homem e sujeito a um só tempo (1992:265).

Compreendendo o que significa ser sujeito cidadão e sua condição na possibilidade de participação na preservação e manutenção de patrimônio, podemos propor a relação entre os termos e concluir que o patrimônio que se desfruta, que temos acesso, é consequência da participação do cidadão e seu valor, no contexto onde este se insere. Contribuindo ainda com a proposta de relação entre os termos tratados anteriormente, e ainda de acordo com Fernandes (1992:273), em contexto onde os mais elementares direitos de cidadania são negados à grande parcela da população, a cultura às vezes, é tratada como algo supérfluo em face a outras demandas mais básicas. Sabemos que os elementos que compõem a cidade enquanto meio-ambiente que integra subjetividades, representa memória, identidade e em sendo assim, a falta de esclarecimento sobre a valorização do Patrimônio sugere descaso com o povo e sua memória. Nesta perspectiva, compreender o direito à memória como dimensão da cidadania, implica reformular

as relações entre nós e nossas produções enquanto povo, assim como nossa participação ativa. Nesta possibilidade, cabe às instituições, desde as mais básicas, à família e à escola em seus mais diversos níveis, incorporar o valor das tradições e do conjunto que forma o Patrimônio Cultural, possibilitando o valor e a importância dos museus, dos sítios históricos, das festas, do artesanato, da regionalidade, enfim dos elementos que juntos convocam o termo Patrimônio Cultural.

Indícios sobre a importância do Patrimônio Cultural

Sobre o que comentamos até então, passamos agora a elencar fatos que a pesquisa registra sobre a importância dos elementos do patrimônio cultural para os sujeitos que os percebem enquanto expressão de si. Neste estudo fragmentos do texto intitulado “Imagens de Jaguaribara submersa: patrimônio cultural, lugar e espaço na arquitetura da cidade” de autoria de Rodrigues e Nascimento (em Martins, 2006). Os discursos dos antigos moradores foram suportes para demonstrar processos de apropriação do espaço vivenciados por habitantes da cidade de Nova Jaguaribara, quando a antiga Jaguaribara foi inundada em 2003 para dar lugar à Barragem do Castanhão. A antiga cidade banhada pela margem esquerda do rio Jaguaribe e por isso a pesca representava importante prática, pois significava sobrevivência. Além disso, e ainda relacionado ao rio, a agricultura de subsistência era estratégia de sobrevivência local, pois, nas terras úmidas às margens do rio, plantava-se e colhia-se milho, arroz e feijão. A falta do rio na nova cidade revelada nos fragmentos das falas, a ausência de referência dos moradores transplantados da antiga para a nova cidade. Os autores pontuam que:

Seja o pescador, lavadeira, aposentada, comerciante, agricultora, perguntas sobre a casa, a rua, o lazer, as estratégias de sobrevivência sempre tem respostas relacionadas ao rio que ficava na soleira da porta, tanto na sede, quanto em Poço Comprido, único distrito (RODRIGUES; NASCIMENTO *apud* MARTINS 2006, p.168).

Fragmento do discurso de Sebastião Negreiros, 75 anos, oferece ideia para a relação “o rio era muito bom, pertinho. Saiu. Passeou um pouco. Tava o rio. Achava muito bonito lá. Aqui eu ainda não vi o rio. Ainda não deu tempo eu chegar lá” (em Martins 2006:168). No recorte da fala, fica evidente que mais que um elemento geográfico natural, o rio formava parte da identidade do morador. A nova condição da cidade configura outra relação em processo entre o morador e o rio, agora distante. Isso interfere nas atividades cotidianas dos moradores. No mesmo encaminhamento e ainda no mesmo texto, Gilson Bezerra, 50 anos, diz aos pesquisadores sobre o “banho do rio aos domingos - “Ah! O banho no domingo! Era muito próximo, tinha aquela peixada na beira do rio, a gente sempre frequentava sábado e domingo, aqui para ir lá - por que o banho aqui é debaixo da ponte, tem, pode aqui – mas não é como lá, nunca é! Por que lá era pertinho, mesmo aquele que não tivesse um transporte, de pés, passava lá o dia todinho. Aqui para ir é uns três quilômetros ou mais” (em Martins 2006:169).

Na pesquisa os autores constataram que o rio Jaguaribe, ainda que não fizesse parte do desenho das casas, integrava as moradias, os lugares da memória e a história contada pelas pessoas. “No Jaguaribe (o rio) não havia nenhuma casa de jaguaribarenses, mas nenhum jaguaribarense morava fora do rio” (Rodrigues e Nascimento, em Martins 2006:172). Conforme comentamos ao definir patrimônio cultural, há elementos da antiga Jaguaribara imortalizados na memória dos seus habitantes, agora residentes na nova cidade ainda em apropriações. As referências à Jaguaribara submersa revelam um lugar de segurança enraizada na saudade, na fantasia e na falta a qual Carneiro (em Martins 2006) se referiu.

Bernadete Neves de 61 anos encaminha discurso apresentando elementos que atestam o sofrimento dos moradores da nova cidade que ainda é um não lugar - “...E o impacto é maior por que uma pessoa que viveu a vida inteira numa liberdade criando seu gado numa zona rural, criando galinhas, de repente, chega numa cidade com os murinhos baixos, com outra estrutura pagando cada gota de água dobrada, por que paga água e paga esgoto, então isso tem provocado uma dificuldade de as pessoas se adaptarem e alguns até já foram embora, já existem casos de pessoas que se mudaram porque não se adaptaram ao novo

modo de viver”(em Martins 2006:170).

Sobre os dados apresentados, Carneiro (em Martins, 2006:20) pondera sobre as consequências do descuido com o patrimônio cultural e com a memória que este resguarda. O autor, a partir da referência ao texto de Freud, *Mal-estar na Civilização*, aponta que o sofrimento a que homem se submete possui origens em três pontos fundamentais que são: o corpo, o mundo exterior e as relações com os outros homens. Nesta possibilidade, considera que se articulam cultura material, destruição de um bem do patrimônio cultural e as consequências decorrentes do sofrimento do sujeito que se viu destituído de algo seu. Em assim sendo, qualquer perda de elementos suportes da identidade afetam os vínculos com os pertencimentos, e acarretam marcas cruciais, às vezes insuperáveis, repercutindo em consequências desastrosas. Há questões muito sérias sobre o que pode acarretar a perda de um monumento histórico, ou qualquer elemento de vinculação do sujeito a seus pertencimentos, seja uma árvore, um prédio, qualquer componente da cenografia natural, material ou simbólico.

Considerações finais – sobre sujeitos desvinculados de pertenças

Assim a cidade do cidadão é, pois representada por seu patrimônio cultural, apor meio do qual ela mesma se mostra. Constam nele ideologias, cultura, religião, instituições, organizações e território, além do todo afetivo e simbólico, tudo representando o resultado das forças ativas de seus membros, devendo para o desenvolvimento local e sustentabilidade da vida, serem preservadas e respeitadas. Pelo exposto, inferimos que cidadania e patrimônio cultural formam um par integrado de significações, da mesma forma, territorialidade e Patrimônio Cultural resguardam em certa medida a mesma relação. Inferimos ainda que os danos causados pelo desfalque de elementos do patrimônio cultural evocam rupturas no sujeito-cidadão por tudo que envolve a referida perda. O cidadão percebe-se excluído de seus pertencimentos e perder um ícone, uma referência, afeta mais longe que do que sugere a perda material, tão banalizada em tempos de apogeu da novidade efêmera e do culto a novo.

Os sujeitos em seus espaços referem-se aos seus lugares amparados

pelas referências que elaboraram e estas por sua vez, amparam as respectivas construções simbólicas que expressam a história do lugar e as próprias de cada sujeito. Retirada do sujeito o que o identifica e o valoriza no lugar e em si, o lugar e o ser desqualificam-se, restando o desinteressante, o sem sabor e sem cheiro, apenas o lugar comum, onde nada é interessante. Pensar em tais questões remonta a necessidade de algo básico, tão em falta em tempos de apressamento dos ritmos sociais e em prol de um tipo de desenvolvimento que exclui pessoas e memórias: educação patrimonial! Podendo-se dizer com (SANTOS, 1998) que quando o homem se defronta com um espaço que não ajudou a criar, cuja história desconhece, cuja memória lhe é estranha, esse lugar é a sede de uma vigorosa alienação.

Bibliografia Consultada

AGUIRRE, Angel.et al. (1997). Cultura e Identidad Cultural - Barcelona. Ed. Bardenas

FERNANDES, J.R.O (1992) Revista Brasileira de História – v.13 nº 25/26, pg. 265-276 – São Paulo – SP.

FERREIRA.A.M.R (1999) Os Dilemas do Desenvolvimento Econômico – Dissertação de mestrado em Meio Ambiente - Trabalho não publicado – Universidade Federal do Ceará – Fortaleza -CE

IGNARRA, L.R. (1999), Fundamentos do Turismo – São Paulo – Ed.Pioneira

JORNAL DIÁRIO DO NORDESTE (2002) - TURISMO DA GENTE – 1º fascículo: Turismo Sustentável e 2º fascículo: Identidade Cultural. Fortaleza – Ce

MARTINS, Clerton. (2003). Turismo, cultura e identidade- São Paulo. Ed. Roca

MARTINS, Clerton. (2006). Patrimônio Cultural: da memória ao sentido do lugar – São Paulo.Ed. Roca

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA (1979). Patrimônio histórico e artístico nacional. Legislação brasileira de proteção aos bens culturais.

MUNNÉ, Fredric. (1980) *Psicosociologia del Tiempo Libre: un enfoque crítico*. Ed. Trillas, México

SANTOS, Milton (1999) *O Espaço e o Cidadão* – Ed.Nobel S.Paulo

