GEOSABERES: Revista de Estudos Geoeducacionais
ISSN: 2178-0463
fabiomoria@gmail.com
Universidade Federal do Ceará
Brasil

TURISMO: ENTRE O URBANO E O METROPOLITANO ALGUNS APONTAMENTOS SOCIOESPACIAIS EM FORTALEZA-CE

ARAÚJO, ENOS FEITOSA DE

TURISMO: ENTRE O URBANO E O METROPOLITANO ALGUNS APONTAMENTOS SOCIOESPACIAIS EM FORTALEZA-CE
GEOSABERES: Revista de Estudos Geoeducacionais, vol. 7, núm. 12, 2016
Universidade Federal do Ceará, Brasil
Disponível em: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552862327007
DOI: https://doi.org/10.26895/geosaberes.v7i12.528

Este trabalho está sob uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

PDF gerado a partir de XML Redalyc JATS4R
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa acesso aberto

TURISMO: ENTRE O URBANO E O METROPOLITANO ALGUNS APONTAMENTOS SOCIOESPACIAIS EM FORTALEZA-CE

TOURISM: BETWEEN URBAN AND METROPOLITAN SOME SOCIO-SPATIAL NOTES IN FORTALEZA

TOURISME: URBAINES ET MÉTROPOLITAINES QUELQUES NOTES SOCIO-SPATIALES À FORTALEZA

ENOS FEITOSA DE ARAÚJO
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará, Brasil
enos.feitosa@ifce.edu.br

DOI: https://doi.org/10.26895/geosaberes.v7i12.528
Redalyc: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552862327007

Recepção: 13 Fevereiro 2015
Aprovação: 14 Junho 2015

Resumo:

Este artigo visa compreender as inter-relações do turismo desde os primórdios até a situação atual das dinâmicas socioespaciais na cidade de Fortaleza-CE. Desta forma, pretendemos compreender as principais características espaciais perante aos primeiros fluxos e fixos turísticos na cidade, para posteriormente, as áreas turísticas se consolidarem no espaço urbano. Então, várias transformações socioespaciais (desde os agentes espaciais envolvidos como a intensidade de fluxos turísticos) relacionadas ao turismo na cidade de Fortaleza-CE se consolidam, promovendo espaços cada vez mais turísticos, que possuem características diferentes dos espaços citadinos. Com a expansão da cidade de Fortaleza e conjuntamente as suas desigualdades socioespaciais, o turismo se apresenta como um vetor de desenvolvimento econômico – e de produção espacial – no espaço citadino, promovendo assim, novas áreas de expansão econômica e ao mesmo tempo, turismo. Destarte, compreender o turismo é entender a produção espacial da cidade e suas diferenciações socioespaciais, ou seja, é compreender a *história* da produção da própria cidade e seus espaços.

Palavras-chave: Planejamento, Metrópole, Lazer.

Abstract:

This article aims to understand the interrelationships of tourism since the beginnings to the present state of socio-spatial dynamics in the city of Fortaleza-CE. In this way, we aim to understand the main spatial characteristics before the first tourist flows and fixed in the city, later, the tourist areas to consolidate around the city. Then, several socio-spatial transformations (from the spaces take holders as the intensity of tourist flows) related to tourism in the city of Fortaleza-CE are consolidated, promoting increasingly tourist areas, which have different features of city spaces. With the expansion of the city of Fortaleza and together their socio-spatial inequalities, tourism presents itself as na economic development vector – and spatial production - in city space, thus promoting new áreas of economic growth and at the same time, tourism. Thus, understanding tourism is to understand the spatial production of the city and its socio-spatial differentiation, that is, to understand the production history of the city it self and its spaces.

Keywords: Planning, Metropolis, Leisure.

Résumé:

Cet article vise à comprendre les interrelations du tourisme depuis les débuts socio-spatiales à l'état actuel de la dynamique socio-spatiales dans la ville de Fortaleza-CE. De cette façon, nous cherchons à comprendre les principales caractéristiques spatiales avant que les premiers flux touristiques et fixe dans la ville, plus tard, les zones touristiques de consolider autour de la ville. Ensuite, plusieurs transformations socio-spatiales (des parties prenantes de l'espace que l'intensité des flux touristiques) liés au tourisme dans la ville de Fortaleza-CE sont consolidées, la promotion de plus en plus les zones touristiques, qui ont des caractéristiques différentes des espaces de la ville. Avec l'expansion de la ville de Fortaleza et, ensemble, leurs inégalités socio-spatiales, le tourisme se presente comme un vecteur économique de développement - et de production spatiale – dans l'espace de la ville, favorisant ainsi de nouveaux domaines de la croissance économique et dans le même temps, le tourisme. Ainsi, la compréhension de tourisme est de comprendre la production spatiale de la ville et de as différenciation socio-spatiale, qui est, pour comprendre l'histoire de la ville elle-même et sés espaces de production.

Mots clés: Planification, Ville, Loisir.

PDF gerado a partir de XML Redalyc JATS4R
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa acesso aberto

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas do século XX e o início do século XXI, o turismo se apresenta como um fenômeno multifacetado e de caráter mundializado. De origem contestável (para vários autores ele surgiu na Antiguidade com as viagens e peregrinações ou na Idade Contemporânea no século XIX, principalmente com o papel de Thomas Cook na Inglaterra), o turismo se difundiu de forma a agregar valores e comportamentos de maneira que a atividade *per si* é julgada pela sociedade como necessária para a sobrevivência do "homem" diante do papel que tem sobre a esfera do lazer e da tranquilidade (KRIPPENDORF, 2009).

Desta forma, percebemos que o turismo além de ser um fenômeno social, ele se relaciona no espaço. É neste que as principais dinâmicas acontecem, desenvolvem, e principalmente diferencia os destinos turísticos. Pois é desse último fator que o turismo apresenta a maior importância para as suas dinâmicas. Antes de tudo, o turismo produz espaços, modifica-os em face à suas dinâmicas consequentes (CRUZ, 1996).

Assim, o turismo apresenta vários aspectos espaciais quanto às suas ações, desde as escalas regionais (diferenciação e qualidades dos lugares, frente à fisiologia natural como as dinâmicas urbanas) como pelos aspectos metropolitanos (concentração de infraestrutura, serviços urbanos e comerciais) ou pelos aspectos urbano-turísticos (localidades que nascem ou são alteradas para uma perspectiva turística, principalmente modificada pelo planejamento espacial capitaneado pelo Estado e a iniciativa privada).

Desta forma, buscamos aqui uma discussão teórico-metodológica sobre como a relação entre a metropolização e o turismo, que se intensifica nas últimas décadas, notadamente no século XX e XXI. Fortaleza, uma das cidades consideradas turísticas, se destaca como uma destes espaços que tais aspectos se apresentam relevante na produção espacial. Assim, discutiremos alguns apontamentos teóricos do turismo e metropolização em

DO TURISMO À METROPOLIZAÇÃO: ALGUNS APONTAMENTOS TEÓRICOS

A metropolização apresenta-se como uma nova lógica espacial presente, notadamente, no contexto mundial a partir do século XX com o advento da tecnologia, técnica e a consolidação da urbanização perante a industrialização na Europa, e nas décadas posteriores do século XX, em outros continentes (Ásia, América do Sul, Oceania, entre outros).

Desta forma, diante de sua complexidade atual e a sua forma já mundializadora nas décadas finais do século XX, Hiernaux-Nicolas (2008) propõe que "a visão do geógrafo vá além da ideia de turismo, constatando a materialidade como sua imaterialidade", uma vez que

Otra dimensión importante del giro cultural es que reduce progresivamente la fuerte imposición de la dualidad naturaleza-cultura próprio del pensamiento de la Ilustración, lo que ha permitido una nueva mirada hacia el mundo natural, tanto como paisaje como mundo vivo (...)Por otra parte, el enfoque cultural a la geografia del turismo, elimina de tajo la preeminencia de las "estructuras" del turismo, como se ha valorizado em los estudios sistémicos. El geógrafo se enfrenta entonces a la necesidadde reconstruir lãs prácticas de los actores sobre diversos espacios, para entender esta particular articulación (HIERNAUX-NICOLAS, 2008, p.181).

Com os novos fluxos, o turismo difunde-se em praticamente todos os continentes, impulsionado pela facilidade dos fluxos e dos discursos governamentais. Compreendido, de modo primeiro, apenas na Europa a prática passa a ter uma relevância no contexto mundial. Por isso, as escalas espaciais passam a ser imprescindíveis para o entendimento da realidade.

Na Geografia do turismo considera-se a citada dinâmica como representativa da realidade vivenciada nos países em via do desenvolvimento. Essa abordagem da Geografia recorre a uma análise quantitativa, construindo um quadro a não estimar, como deveria os fluxos de ordem secundária, principalmente o conjunto de países possuidores de um mercado relativamente forte, em que a elite local e até a classe média se deleitam como turistas (DANTAS, 2010, p.18).

PDF gerado a partir de XML Redalyc JATS4R
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa acesso aberto

A metrópole [1] como *produto espacial* que se põe ao avanço dos sistemas técnicos e tecnológicos do sistema capitalista que se ampliou principalmente em meados do século XX, influenciava a nova forma de (re) produção espacial inspirada pela urbanização, industrialização, e principalmente,

Observa-se que as mudanças nos elementos que são colocados como fundamentais ao poder metropolitano, seguem percursos do desenvolvimento do próprio sistema capitalista. Se no final do século XIX e princípio do XX, o destaque era o comércio regional e o sistema bancário/financeiro, isso remete a dois aspectos importantes: tanto nos EUA como na Inglaterra, estava em curso o avanço do capitalismo financeiro, do qual a produção é elemento crucial. E as estruturas destes sistemas localizavam-se na metrópole, bem como aquela do comércio regional a partir do qual realizava-se amplo processo de distribuição de mercadorias (...). Em outros termos, no período referido acima, a metrópole funcionalmente considerada, era *lócus* do poder via comércio regional, produção industrial, sistema bancário e comunicação, além dos elementos políticos e culturais. A partir dos anos de 1950, em linhas gerais, ocorreram alterações nos elementos do poder metropolitano (...) dominando a economia com sedes nas metrópoles por causa das economias externas, facilidades de contatos inter organizacionais, disponibilidade de serviços comerciais, consultorias diversas, informação e acessibilidade (FRESCA, 2011, p.41).

Em outros termos, a metrópole concentrava o poder em suas mais variadas escalas econômicas, espaciais e sociais. Santos (2006, p.101) ao destacar que "(...) o tempo que está em todos os lugares é o tempo da metrópole", refere-se à hierarquia e a intitulada onipresença da metrópole quanto à disposição dos lugares e sua relevância nos contextos econômicos e sociais. Em outros termos, a metropolização tornou-se uma importante dimensão espacial do último quartel do século XX.

A crescente urbanização causou uma verdadeira revolução na produção espacial, com novas formas, processos e agentes sociais. Santos (2005), atenta para o "tempo da metrópole" em que os lugares – por mais distantes que fossem dos grandes centros – estariam interligados – de alguma forma direta e/ou indireta – às metrópoles. O "espírito da metrópole", como dizia Cunningham (2006), pode ser uma metáfora mais próxima da realidade ou da sensação que este processo de metropolização se consolidava no mundo.

No que tange a metropolização no/do espaço, temos aqui a relevância dos conceitos frente à ótica de nossa análise sobre o turismo no Nordeste brasileiro. O turismo, através das políticas governamentais (que se atrelam à iniciativa privada), coloca-se tanto como um *vetor* de desenvolvimento quanto um agregador de outras atividades econômicas. Fixa-se, então, como vetor econômico regional e metropolitano do Nordeste do Brasil.

No que se indica dos fluxos turísticos metropolitanos, ampliam-se, prioritariamente nos anos 1950 (pós-guerra), as cidades e metrópoles com maior desenvoltura econômica que detinham uma maior concentração – e hoje ainda existe tal centralização – da maioria dos turistas. Dados da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2011) revelam que o número de turistas em 1950, era de menos de 2 milhões, acumulando 25 milhões em toda década, e chegando à mais de um bilhão de pessoas em 2013.

O que vemos é a massificação do turismo que inseriu novos destinos, notadamente nos países menos desenvolvidos, como os países da América do Sul, Central e Ásia. Temos aqui uma nova lógica de fluxos e fixos do turismo perante países emissores, como aos países receptores – atrelados à relevância das metrópoles e regiões. (DANTAS, 2012).

Para Rejowski (2002) o número de empreendimentos voltados ao turismo aumentou exponencialmente em todos os países, mas inicia-se nos anos 1960-70, um período em que os países menos desenvolvidos recebem investimentos – tantos do Poder Público como da iniciativa privada – em vários projetos de grande escala; um dos que podemos destacar é a localidade de Cancun, construída no final dos anos 1960 e início dos anos 1970, especialmente para o turismo, conforme aponta Boullon (2002), um dos autores do Planejamento Turístico.

O planejamento espacial do turismo tornou-se uma essencial forma de crescimento econômico ainda nos anos de 1960, principalmente na América Latina e em países subdesenvolvidos. Boullon (2002) justifica a

PDF gerado a partir de XML Redalyc JATS4R
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa acesso aberto

localidade de Cancun pela necessidade de atrair recursos financeiros para o México. Tal conduta de abertura mundial é comprovada pelos fluxos internacionais.

É a partir dos anos 1950-1960 que a esfera governamental captura o turismo para o planejamento espacial. Como esta atividade é orientada para o mercado, há a necessidade de atração e articulação das organizações privadas. O Estado tem o interesse em promover o desenvolvimento nacional e regional sendo que com isso pode fomentar políticas públicas diretas e/ou indiretas de turismo ou provocar um ambiente propício para o desenvolvimento da atividade (TELES, 2009).

Desta forma, as ambiguidades sobre os impactos resultantes do turismo são diversas, seja pela forma social, econômica ou espacial. Davidovich (2003) destaca que é nas metrópoles que a diversidade de sujeitos e de interesses se concentra, motivado pela expansão de polarização espacial e pela abertura de vários tipos de sujeitos e classes sociais, como estrangeiros e até mão de obra de alta qualificação.

Pereira (2012) evidencia que a metropolização não é um processo único e que se constitui de variações abrangendo diversas escalas geográficas. E que a hierarquia de lugares é motivada, principalmente, pelo poder das metrópoles e pela força de decisão à vista das escalas regionais e continentais. Deste modo, os turistas modernos originam-se prioritariamente das metrópoles e das grandes aglomerações urbanas.

Tal cenário faz com que o turismo se adapte a essa lógica de rede de lugares capitaneado, principalmente, pelas grandes metrópoles, já que

Uma nova dinâmica urbana tem se desenvolvido com o processo de reorganização do capitalismo em escala mundial, envolvendo diversos pontos do planeta, através da extensão de redes e de fluxos. (...) Mudanças têm, portanto, lugar na espacialidade, que compreende diversas formas de concentração urbana: desde a grande cidade a centros em conurbação, desde a metrópole à formação de extensas manchas urbanas, que adquirem conotação regional, como cidades-região, que contêm a metrópole e outras cidades. São áreas consideradas, em tese, especialmente favoráveis a abertura para o mercado mundial devido a capacitação em recursos humanos e econômicos, a disponibilidade de infraestrutura eficiente e de equipamento técnico. A chamada cidade-região global corresponderia, assim, a uma espacialidade específica de ajuste à lógica dominante do mercado (DAVIDOVICH, 2003, p.136)

Então, o turismo ao mesmo tempo em que mantém a expansão internacional, concentra nas grandes metrópoles – e/ou cidades articuladas e hierarquizadas na lógica espacial regional e internacional – seus fixos e fluxos de origens diversas, sejam globais ou locais. Santos (2004) aponta que o turismo, como qualquer outra atividade econômica, adapta-se ou simplesmente acompanha a consolidação do meio técnico científico informacional com todas as infraestruturas e ações espaciais que solidifica os fluxos e fixos.

Portanto, com os aspectos metropolitanos que o turismo moderno e típico do século XX apresenta, a atividade ganha relevância mundial conjuntamente com o planejamento governamental. Cunha (1997) ao abordar as principais estratégias em nível mundial do turismo, coloca o desenvolvimento planificado (vinculado à ação estatal e geralmente concentrado em áreas metropolitanas), políticas públicas de turismo, produtos diferenciados, o desenvolvimento sustentável e a integração da população local como as mais importantes para manter o desenvolvimento do turismo.

Em vista disto, o turismo dimensiona-se internacionalmente, mas as principais metrópoles – detentoras da hegemonia econômica – enredadas aos Estados-nações mais desenvolvidos mantêm-se como os espaços "hierarquizadores" dos fluxos mundiais. Em suma, os deslocamentos ganham abrangência internacional, mas o poder de decisão continua nos espaços metropolitanos e econômicos de primeira ordem mundial.

Tais particularidades partem para um turismo predominantemente metropolitano em que as principais áreas de destaque econômicas relacionam-se inicialmente às áreas mais importantes de outros núcleos e países. Mas ao mesmo tempo em que promove uma relação espacial internacional, ele motiva a interação do turista com o olhar do próprio local, por exemplo.

Logo, podemos delinear o envolvimento do modo de vida urbano – e ainda mais diretamente, quanto aos fluxos emissores, a lógica metropolitana – na vida dos turistas. São os espaços urbanos, e notadamente os

metropolitanos, os que mais se relacionam com os principais fluxos turísticos tanto nas escalas nacionais e internacionais.

Estabelece, portanto, a relação metropolitana do turismo emissor/receptor: se por um lado temos a (s) metrópole (s) como emissora (s) de fluxos turísticos, por outro, quanto à recepção de fluxos turísticos, além das metrópoles que também recebem fluxos, temos a presença de regiões turísticas que são (re) produzidas mediante a necessidade da demanda de fluxos turísticos existentes.

Apresentamos então, a hierarquia destes fixos e fluxos entre os países e lugares turísticos. Se de um lado temos metrópoles que se relacionam quanto aos fluxos turísticos, por outro existem lugares turísticos que se apresentam como pontos em "redes regionais e/ou metropolitanas" e, mesmo estando relativamente distantes das áreas metropolitanas, apresentam destaques quanto aos fluxos turísticos nacionais e internacionais.

No Nordeste brasileiro, percebemos tal tendência e estabilização da metropolização e regionalização concomitante quanto à lógica turística, já que

Analisar o Nordeste brasileiro na contemporaneidade perpassa por consideração de processo de metropolização, intensificado em valorização de demanda de atividades de lazer e recreação, a reverter-redimensionar o quadro de ordenamento do espaço validado na monocultura e em política de industrialização. Compreender essa lógica significa considerar processo de globalização pelo qual passou e passa a citada região. Tomando como base o fenômeno de internacionalização de sua economia no tempo, considerar-se-á duas dimensões fundantes, uma associada ao meio geográfico, enfocado como contínuo no tempo, e outra às variáveis social, econômica, política e tecnológica, cuja descontinuidade é a marca. A primeira se refere à base material concreta sobre a qual a outra se efetiva. A segunda permeia a lógica de tratamento do meio de formas diferenciadas, e que, por sua vez, justifica e dá sustentação ao conjunto de imagens representativas da região em diversos contextos históricos. (DANTAS, 2013, p 66).

Confirma-se, portanto, o fortalecimento do turismo no Nordeste brasileiro quanto à metropolização ante a associação globalizante, como destaca Dantas (2013). Como a industrialização foi a principal forma de urbanização e crescimento econômico na região nordestina brasileira nos anos 1950-60, temos atualmente, a metropolização e as demandas de lazer (sobretudo o turismo) como importantes vetores dessa nova lógica espacial. O que muitos autores, como Silva (2008) indicam para uma "metropolização turística [2] ".

Do mesmo modo, a *escala* da metrópole e da região diante da interpretação e ótica espacial sobre o turismo torna-se necessária e relevante frente às novas formas econômicas da sociedade capitalista. E esta escala metropolitana amplia-se tanto para a ótica do mercado como para o planejamento estatal. O Estado, através de suas ações, vincula o turismo tanto ao planejamento regional como o metropolitano.

É desta forma que Braga (2007) mostra que o planejamento turístico se relaciona com a lógica da vinculação do lugar turístico na presença de espaços que possuem em suas próprias *características espaciais* as polaridades suficientes para captação de recursos financeiros, tanto do Poder Público, como a iniciativa privada em suas mais variadas escalas.

Tais condutas incentivam os grandes fluxos turísticos diante de uma concorrência mundial, motivada pela articulação entre o Estado e a iniciativa privada, em que as principais regiões e metrópoles no mundo têm uma relevância para a estabilidade do turismo tanto nos contextos continentais, regionais, metropolitanos e mundiais.

Podemos observar no Gráfico 1, as etapas dos fluxos mundiais desde 1950 até os anos de 2007. Os principais índices de crescimento atrelam-se à lógica dos anos 1990-2000 com a abertura internacional de um grupo de economias menos desenvolvidas reforçadas com o discurso político-econômico-financeiro bipolarizado que reinava até o final dos anos 1990. São dados relevantes para a compreensão da espacialização dos fluxos turísticos. Apesar da predominância dos fluxos europeus, vê-se nitidamente a ampliação dos fluxos pela América (que deve ser relativizado pela presença de América do Norte com EUA e Canadá), Ásia e Pacífico.

PDF gerado a partir de XML Redalyc JATS4R
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa acesso aberto

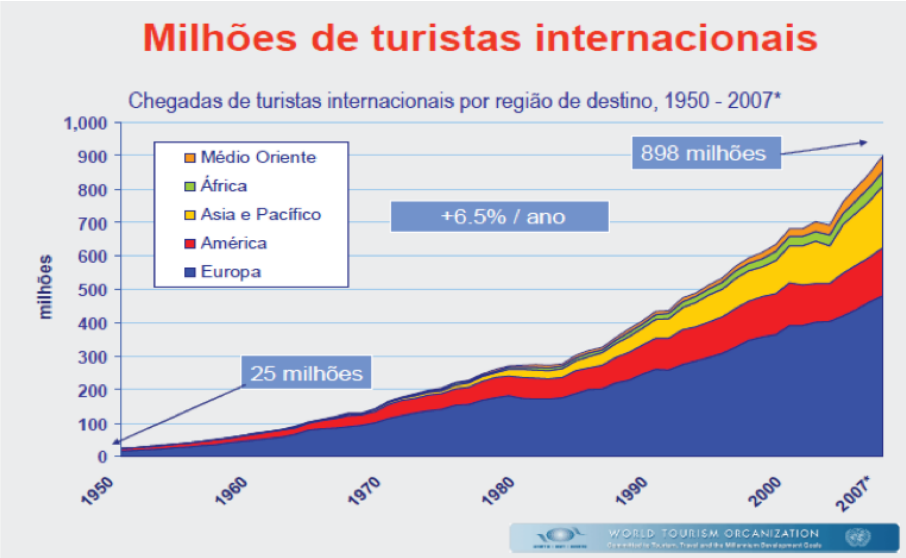


Gráfico 1 - Milhões de turistas internacionais – por região de destino – 1950- 2007
Fonte: OMT (2010).

Com o crescimento de turistas no contexto mundial, os Estados e continentes entram em uma concorrência de lugares com valores cada vez maiores. Em 2007 o número de turistas chegava a 880 milhões; nos anos posteriores, tais quantidades chegavam a 948 milhões em 2010, e no ano de 2013, quase 1,1 bilhão de turistas, com renda aproximada de US$ 7,5 trilhões no ano de 2013.

O turismo apresenta fluxos cada vez maiores vinculados às grandes cidades/metrópoles e demais áreas de quase todo o planeta. Intrínseco à lógica de metropolização, vemos nas últimas décadas, outro fator preponderante para esta ampliação de fluxos, que é a consolidação de eventos (muitas vezes intitulados "megaeventos") esportivos e/ou de outras naturezas que transformam cidades e regiões em *prol* de um desenvolvimento econômico. Ou seja, o turismo participa de vários setores econômicos, promovendo assim, sua ampliação, e cada vez um poder articulador de eventos, políticas públicas, destinos, entre outros aspectos.

FORTALEZA: DO TURISMO À METROPOLIZAÇÃO: ALGUNS APONTAMENTOS TEÓRICOS

A cidade de Fortaleza é o principal centro receptor e distribuidor do turismo no Ceará e na Região Metropolitana de Fortaleza. Desta forma, compreender as relações e dinâmicas socioespaciais decorridas na cidade é o ponto inicial e crucial de toda a análise espacial do espaço turístico metropolitano.

Assim, o turismo da cidade de Fortaleza é predominantemente litorâneo (Ceará entra nesta mesma lógica) e agrega as áreas centrais e já consolidadas estruturalmente no rol das principais áreas turísticas. Porém, os fluxos da Região Metropolitana de Fortaleza não se resumem apenas à cidade de Fortaleza, pois as outras áreas metropolitanas possuem outros tipos de fluxos e demandas.

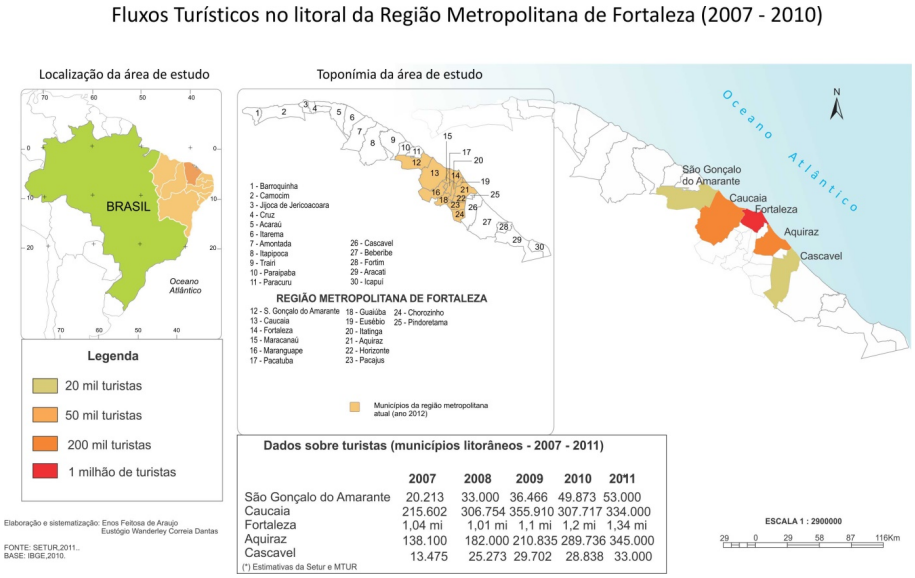
Desta forma, somente a cidade de Fortaleza possui 20% de todos os empreendimentos turísticos de todo o Ceará, e mais de 60% de todos os empreendimentos somente no litoral metropolitano de Fortaleza. Ou seja, a cidade de Fortaleza possui uma importância inquestionável sobre os fixos e fluxos turísticos.

Assim, as dinâmicas turísticas metropolitanas são relacionadas de forma dialética: de um lado, a cidade possui sua própria lógica e dinâmica socioespacial, e relaciona-se com a lógica metropolitana; de outro, as áreas adjacentes ao contexto metropolitano são influenciadas por toda a lógica metropolitana, obedecendo aos fluxos alóctones.

PDF gerado a partir de XML Redalyc JATS4R
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa acesso aberto

O processo de metropolização relaciona os lugares com suas dinâmicas, promovendo uma descentralização de fluxos e fixos, mas concomitante a este processo, concentra-se também certos fluxos e fixos na cidade primaz motivados pelas dinâmicas já consolidadas, em um tipo de "implosão-explosão" urbana como já citamos.

Em outras palavras, a cidade de Fortaleza caracteriza-se pela centralidade dos serviços e decisões turísticas no Ceará e na Região Metropolitana de Fortaleza promovendo ações descentralizadoras voltadas principalmente ao litoral metropolitano e adjacente à sua tessitura urbana, agregando cada vez mais empreendimentos turísticos (ver Mapa 1).



Mapa 1 - Fluxos Turísticos do litoral da Região Metropolitana de Fortaleza
Fonte: IBGE (2010).

Desta forma, a cidade de Fortaleza destaca-se como o principal destino turístico do Ceará, e concomitante à sua valorização, outros municípios litorâneos do tecido metropolitano (Aquiraz e Caucaia, principalmente) consolidam também com maiores fixos e fluxos. Assim, o litoral da RMF torna-se alvo de investimentos públicos e privados em crescentes fluxos e construção de fixos.

Com o aumento de investimentos estatais e privados, os fluxos turísticos direcionados ao Ceará aumentam consideravelmente, capitaneado pela capital Fortaleza e pelos municípios de Aquiraz e Caucaia, além de outros municípios que possuem relevantes fluxos e dinâmicas turísticas, como Jijoca de Jericoacoara no litoral oeste cearense e Aracati no litoral leste do Estado.

Ao mesmo tempo em que a cidade de Fortaleza aumenta seus fluxos turísticos, os municípios adjacentes (Caucaia e Aquiraz) aumentam também consideravelmente, em níveis de 43% e 115%, respectivamente. Desta forma, se consolida um fluxo turístico metropolitano centralizador e descentralizador, e outros municípios (Cascavel e São Gonçalo do Amarante) apresentam menores dinâmicas, e até retrações estatísticas.

Para compreendermos os fluxos turísticos e a centralização espacial, é relevante compreendermos o papel da elite quanto à expansão urbana e imobiliária. Em muitos casos, espaços litorâneos apresentam concentração de empreendimentos turísticos, imobiliários residenciais e vilegiaturistas, promovendo uma urbanização litorânea a partir da lógica metropolitana.

Grosso modo, as dinâmicas turísticas se relacionam no controle das classes mais abastadas, ou seja, a relação entre as elites internacionais, nacionais e as de Fortaleza. Desde os grandes investimentos de empreendimentos (internacionais), grandes hotéis (nacionais e internacionais) até as agências turísticas, notadamente oriundas da própria Fortaleza.

PDF gerado a partir de XML Redalyc JATS4R
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa acesso aberto

Oliveira (2006) considera que estas áreas constituem relações no tecido urbano de Fortaleza que tem servido de referencial permanente à demarcação de lugares turísticos. Grosso modo, estas áreas turísticas relacionam-se a imagem turística de Fortaleza. Constrói-se uma Fortaleza litorânea, moderna e turística.

Serrano (2000) cita que estas representações visam antes de tudo, um "circuito de ilusões" normalmente padronizado para a realização das dinâmicas turísticas. Desta forma, Krippendorf (2009) complementa que nas áreas turísticas a segurança, a infraestrutura urbana consolidada é essencial para a boa imagem da cidade.

Ainda segundo o autor, o turismo tem aspectos predominantemente urbanos, pois, reflete a própria sociedade atual. Assim, a sociedade urbana procura lugares urbanos (podemos até intitularmos de "turísticos") que sejam suscetíveis à realização de desejos e necessidades criadas pelas variadas representações e lógicas socioespaciais (HARVEY, 2011).

No caso da cidade de Fortaleza não é diferente. O turismo é predominantemente urbano, ocupando espaços litorâneos, principalmente nas áreas centrais e de expansão urbana. Assim, existe uma relevante relação entre as áreas de consolidação e expansão urbana e as áreas turísticas. Mas por outro lado, isso não caracteriza uma cidade meramente turística.

O que vemos na cidade de Fortaleza é a produção espacial litorâneo-turística baseada em grandes fluxos turísticos, por causa da consolidação da infraestrutura (desde a centralidade do aeroporto até a localização de grandes hotéis) e a articulação de vários agentes espaciais e turísticos que reforçam o papel da cidade.

Mas por outro lado, várias áreas da cidade são desarticuladas ou excluídas das dinâmicas turísticas. Assim, produzem-se espaços voltados ao turismo, por isso, os espaços turísticos, mas isso acarreta em contradições espaciais, e assim, estes espaços não são exclusivamente turísticos, por isto, o nosso sentido de espaço ter características hibrida.

Longe de esgotar o assunto, empreendemos que os espaços litorâneos na Região Metropolitana de Fortaleza são produzidos a partir da teia de relações de vários agentes turísticos e espaciais, em espacial o Estado que regula, planeja, promove ações jurídicas para a implementação das dinâmicas turísticas.

Apesar de várias políticas públicas e investimentos privados, os espaços litorâneos não são homogêneos quanto ao turismo, pois possuem características diferenciadas, motivados por particularidades e a lógica desigual da produção espacial capitalista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O litoral é um importante espaço na atualidade, que passa por transformações em decorrência de seu uso. Desde a vinculação às práticas de lazer, esse espaço torna-se, por excelência, um dos mais procurados pela atual sociedade urbana, que procura, além das circunstâncias terapêuticas, o descanso e a tranquilidade que talvez o cotidiano não possa oferecer.

Com a chegada dos alóctones, o turismo apresenta-se como uma realidade incontestável perante toda a sociedade – notadamente litorânea – da Região Metropolitana de Fortaleza. A cidade, ainda com aspectos interioranos, redescobre-se pela sua característica peculiar e autêntica: a de possuir relações com o mar.

Com o discurso marítimo e turístico consolidado na sociedade, as políticas públicas apresentam-se como ações a ser implantadas para dar continuidade a essa nova lógica de produção espacial e social. Alguns espaços são privilegiados em detrimento de outros, numa guerra de lugares promovida pelos próprios agentes fundadores de todo esse emaranhado de relações turísticas.

O que esperar, então, do litoral da Região Metropolitana de Fortaleza nos anos *a posteriori*? Talvez uma resposta difícil de responder. Pois o espaço é um produto em eterna construção, em que várias dinâmicas, ações e agentes envolvidos podem modificar cada elemento constituinte, e assim, promover mudanças no espaço.

PDF gerado a partir de XML Redalyc JATS4R
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa acesso aberto

Por outro lado, desvendam-se tendências que podem ser relacionadas com o passado e o presente. Assim, o turismo, considerado como elemento constituinte da economia cearense e metropolitana, recebe vários investimentos públicos e privados, tornando-se uma das principais temáticas econômicas e espaciais.

Com o discurso da Copa do Mundo de 2014 e as ações obrigatórias resultantes, a Região Metropolitana de Fortaleza, sobretudo o seu litoral, recebe cada vez mais atenção no tocante ao planejamento e às políticas públicas para a promoção dessa outra fase da urbanização-metropolização das áreas de Fortaleza e dos espaços relacionados.

Mas, como Massey (2009) aponta, o espaço continua sendo um constructo constituído de teias e relações heterogêneas em diversas escalas espaço-temporais, e jamais poderá ter sua realidade totalmente desvendada, nem no presente nem tampouco no passado ou no futuro.

REFERÊNCIAS

BOULLON, R. **Planejamento do espaço turístico.** Bauru, EDUSC, 2002.

BRAGA, D.C. **Planejamento turístico** – teoria e prática. Campus, 2007.

CUNHA, L. **Economia e política do turismo**. McGraw-Hill: Alfragide, 1997.

CUNNINGHAM, D. **O conceito de metrópole**: filosofia e forma urbana. Rio de Janeiro, 2006.

CRUZ, R. C. A. da. Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço. In: LEMOS, A. I. G [et al] (Orgs.). **América Latina**: cidade, campo e turismo. CLASCO, São Paulo, 2006, p.337-350.

DAVIDOVICH, F. Metrópole e Contemporaneidade, Algumas Pontuações. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; LEMOS, Amália Inês Geraiges (Orgs.).**Dilemas urbanos**: novas abordagens sobre a cidade. São Paulo: Contexto, 2003, p.57-72

FRESCA, T. M. Uma discussão sobre o conceito de metrópole. **Revista da Anpege**, v. 7, n 8, p.31-52, 2011.

DANTAS, E. W. C.; FERREIRA, A. L.; CLEMENTINO, M. L. M. **Turismo e imobiliário nas metrópoles**. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2010.

_____. Construção da Maritimidade nas Sociedades Tradicionais do Brasil do Passado. In: FRANCINE Barthe-Deloizy; SERPA, Angelo. (Org.). **Visões do Brasil**: estudos culturais em geografia. Salvador: EDUFBA; Editions L'Harmattan, 2012, v. 1, p. 87-112.

_____. Metropolização turística em região monocultora industrializada. **Mercator** (Fortaleza - Online), v. 12, p. 65-84, 2013.

HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**. Loyola, 2011.

HIERNAUX-NICOLAS, D. El giro cultural y lãs nuevas interpretaciones geográficas del turismo. **GEOUSP**, nº 23, p.177-187, 2008.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2009.

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

MASSEY. D. **Pelo espaço**: uma nova política de espacialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

OLIVEIRA, C. D. M. de. A complexidade territorial do turismo: atores, cenários e relacionamentos. In: SILVA, J. da. et al (Orgs.) **Panorama da Geografia Brasileira I**. São Paulo: Annamblume, 2006, p.151-164.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Relatório Mundial do Turismo Mundial, 2011.

REJOWSKI, M. (org.) **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002.

PEREIRA, A. Q. **A urbanização vai à praia**: contribuições da vilegiatura marítima e metropolização no Nordeste do Brasil. Tese (doutorado), Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza: UFC, 2012

SANTOS, M. **Urbanização brasileira**. São Paulo: Edusp, 2005.

_____. **Por uma geografia nova**: da crítica da geografia a uma geografia crítica. São Paulo, Hucitec, 2006.

PDF gerado a partir de XML Redalyc JATS4R
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa acesso aberto

_____. **A natureza do espaço**. São Paulo: Edusp, 2009.

SERRANO, C. Poéticas e políticas das viagens. In: SERRANO *et al* (orgs.) **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papirus, 2000.

SILVA, A. F. C. Três momentos da urbanização turística: Estado, Mercado e desenvolvimento regional no Nordeste brasileiro. In. **Scripta Nova**, Revista Electrónica de Geografia y Ciencias Sociales (Barcelona), v.12, p.270 (89), 2008.

TELES, R. M. S. **Fundamentos Geográficos do Turismo**. Elsevier, 2009.

Notas

[1] O conceito de "metrópole" nasce com o de "cidade-mãe", do século XIX, pelos significados que tentam explicar as várias mudanças ocorridas por conta das novas técnicas e tecnologias. Inúmeros cientistas da época questionam a relação urbano-metropolitana: se é complementar ou se é concorrente. Assim, trocam-se os laços de significados metropolitanos de quantitativos para qualitativos (FRESCA, 2011). No que tange aos conceitos pioneiros de "metrópole" Santos (2009) salienta que essas mudanças abruptas na sociedade (leia-se contexto de metropolização) tornaram as definições de "cidade", "metrópole", entre outras, conceitos geográficos insuficientes para as novas dinâmicas. Assim, propõe que os geógrafos consigam avançar para reconceituar, reconstruir novos conceitos, principalmente os de metrópole. Outros aspectos relevantes são as estruturas urbanas, as intraurbanas, em que se analisa o comportamento da metrópole na produção de seu próprio tecido, ou seja, a análise intra metropolitana. Na condição de nó de várias articulações socioespaciais, a metrópole reflete, concomitantemente, "dispersão, agregação e segregação", sendo contraditória por natureza (LEFEBVRE, 1999). Araújo (2012, p.52) ao abordar o espaço metropolitano de Fortaleza destaca também que "Assim, a metrópole é híbrida porque o espaço é híbrido". Por mais que as dinâmicas metropolitanas sejam relevantes na atualidade, a sua (i) materialidade é relacionada com o espaço, com simultaneidades dinâmicas, constantemente modificadas pelas novas relações geradas pelas multiplicidades de agentes e ações (MASSEY, 2009).

[2] Silva (2008) registra que existe no Nordeste brasileiro uma relação entre o turismo e a metrópole, forma pela qual praticamente todos os Estados passam por interferência direta e indireta em mais variadas escalas e intensidades. Pois ao considerarmos que a "A metropolização, em seus diversos níveis, inclusive com a formação de megalópoles mundiais, é um fenômeno de grande expressão em nossos dias já que promove, sob a forma de redes, a complexa articulação inter setorial de questões econômicas, sociais, políticas e culturais em uma perspectiva inter escalar, do local ao global" (p.189) percebemos que as áreas metropolitanas possuem força inter estadual de forma principalmente vinculada aos espaços litorâneos, conforme Dantas (2013) também aponta. Então o autor, nesta abordagem metropolitana do turismo, conceitua que "Entende-se por metropolização turística o processo de expansão da região metropolitana preponderantemente centrada nas atividades de turismo, recreação e lazer, resultando em intensos mecanismos de interação entre a metrópole e a nova área. (p.197). Temos aqui uma "metropolização turística" como um conceito para explicar as novas formas que o turismo produz no espaço nordestino a partir de relações nacionais e internacionais em hotéis, pousadas, resorts, segundas residências, entre outros empreendimentos similares e correlacionados.

PDF gerado a partir de XML Redalyc JATS4R
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa acesso aberto