



Turismo - Visão e Ação

ISSN: 1415-6393

luiz.flores@univali.br

Universidade do Vale do Itajaí

Brasil

de Oliveira Nunes, Maria Rita  
TURISMO E A PRODUÇÃO DO ESPAÇO EM JOÃO PESSOA - PB  
Turismo - Visão e Ação, vol. 16, núm. 2, mayo-agosto, 2014, pp. 319-337  
Universidade do Vale do Itajaí  
Camboriú, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056067006>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

# TURISMO E A PRODUÇÃO DO ESPAÇO EM JOÃO PESSOA - PB<sup>I</sup>

*TOURISM AND PRODUCTION OF THE SPACE IN JOÃO PESSOA – PB*

*EL TURISMO Y LA PRODUCCIÓN DEL ESPACIO EN JOÃO PESSOA – PB*

**Maria Rita de Oliveira Nunes**

Pesquisadora do Grupo Turismo e Sociedade da Universidade Federal do  
Rio Grande do Norte (UFRN)

Mestra em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
(UFRN)

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

[mariaritatour@hotmail.com](mailto:mariaritatour@hotmail.com)

**Resumo:** Este artigo fundamenta-se a partir das leituras de Henri Lefebvre. Dessa maneira, procura-se investigar as ações do poder público do Estado da Paraíba, frente ao turismo de sua capital. Objetivou-se com o trabalho verificar, por meio de levantamento bibliográfico, dados secundários, artigos científicos, revistas e jornais, as ações do Governo do Estado frente ao turismo. Nota-se que o mesmo entra como financiador de obras de grande magnitude em áreas que fortalecem ainda mais os investimentos do capital externo, refletindo no destino João Pessoa como receptáculo de um tipo de turismo voltado ao mercado, sem inserção e consulta da população local e pouca melhoria da condição de vida dos residentes.

**Data Submissão:**  
16/07/2013

**Data Aprovação:**  
03/06/2014

**Palavras- chaves:** Turismo. Produção do Espaço. Polo Turístico Cabo Branco- PB.

**Abstract:** Based on the work of Henri Lefebvre, this article investigates the actions of the government of the State of Paraíba. The objective of the study was to investigate, by means of a literature review, secondary data, scientific articles, journals and newspapers, the actions of the government in the area of tourism. It was observed that the government acts as a financier of large infrastructure works that further strengthen the investment of foreign capital, reflecting the destination of João Pessoa as receiving a market-oriented type of tourism, without insertion or consultation with the local population, and with no improvement in the living conditions of the local population.

**Keywords:** Tourism. Production of Space. Polo Turístico Cabo Branco- PB.

**Resumen:** Este artículo se fundamenta en la lectura de Henri Lefebvre. De esa manera, se intenta investigar las acciones del poder público del Estado de Paraíba frente al turismo de su capital. El objetivo del trabajo fue verificar, por medio de relevamiento bibliográfico, datos secundarios, artículos científicos, revistas y periódicos, las acciones del Gobierno del Estado frente al turismo. Se observa que el mismo entra como financiador de obras de gran magnitud en áreas que fortalecen aún más las inversiones del capital externo, reflejándose en el destino João Pessoa como receptáculo de un tipo de turismo dirigido al mercado, sin la inclusión y consulta de la población local y poca mejoría de la condición de vida de los habitantes.

**Palabras clave:** Turismo. Producción del Espacio. Polo Turístico Cabo Branco-PB.

**A**s mudanças sociais mundiais trouxeram para o campo do trabalho um novo olhar. A produção artesanal, confeccionando seus instrumentos e utilitários, criando seus próprios produtos, atividades manufatureira, foi, em grande número, substituída. A revolução industrial e a inserção da máquina no modo de produção modificaram completamente esse cenário. Os costumes da vida se transformaram, houve o crescimento exagerado da população urbana, o aumento de mão de obra trabalhadora e, principalmente, o fortalecimento do capitalismo.

As alterações vivenciadas no final do século XX e início do século XXI pela humanidade refletem não só no modo de vida, mas notadamente na forma de produção das suas relações e das relações de produção. O espraiamento das capacidades produtivas das indústrias, o crescimento e a abertura de mercados mundiais, a terceirização, a precarização do trabalho e a mão de obra barata fazem com que o mercado financeiro cresça e absorva a população de maneira que nada ou pouco escape alguns aspectos da vida.

O consumo satisfaz as necessidades; lazer e desejo, mesmo falsamente unidos num espaço de representação (os lugares nos quais a vida cotidiana suspensa dá lugar a outra vida, rica, simples, natural), se juntam, conseqüentemente, necessidades e desejos se opõem (LEFEBVRE, 2006, p. 2).

As mudanças do capitalismo em uma maneira ampla abarcam o consumo inclusive do espaço. O homem, por estar exaurido da sua relação social de produção, encontra no lazer uma forma de descansar para, desta maneira, voltar a ser uma peça da engrenagem da produção. O capitalismo se utiliza dessa ideia do descanso e cria para essa necessidade

o turismo. Como afirma Lefebvre, “[...] tempo livre enquanto libertação ilusória, enquanto extensão do capitalismo trazendo um contributo ativo à consolidação das suas relações essenciais” (1973, p. 64).

Dessa maneira, o turismo adentra nas relações de produção do capitalismo, como mais uma maneira do mercado inserir-se ideologicamente na sociedade.

Um fenômeno que se utiliza da cultura, do bucólico, do descanso, do ócio como algo essencial, todavia, prima-se pela qualidade e pelas estruturas especializadas, com conforto e comodidade.

Nota-se a partir disso e das necessidades criadas pela sociedade capitalista mais um filão para o crescimento e desenvolvimento econômico. As cidades veem para si a importância de tal atividade e o crescimento econômico que ela traz para os municípios ou regiões que se valem desse segmento econômico.

A região Nordeste é uma das localidades em que o crescimento e a manutenção da atividade turística são incentivados, elegendo localidades que, por conta da natureza, se destacam para a atividade. Muitas delas ainda são dominadas por oligarquias presentes no cenário da economia e da política nordestina. Utiliza-se o espaço como mais um meio do lucro e do financiamento do Estado com obras públicas que beneficiem a poucos, notadamente agentes turísticos hegemônicos.

Inicialmente, nesse texto encontra-se uma discussão sobre o espaço (LEFEBVRE, 1973, 1975, 2006; CARLOS, 2008), com o objetivo de abordar especialmente a ação do poder público; a produção do espaço pensado a partir da reprodução das relações sociais de produção nas regiões litorâneas do Nordeste (CRUZ, 2007), analisando o fenômeno do lazer, o crescimento e a aceleração da urbanização com uma aproximação às ações do Estado da Paraíba por meio da construção do Polo Turístico Cabo Branco e da sua influência no espaço (FONSECA, 2005; DANTAS *et al.*, 2008).

Analisar as relações do espaço com o turismo e sua exploração é o foco principal que o artigo pretende permear sua discussão. Analisar por meio de pesquisas bibliográficas, sendo esta elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizado na Internet (GIL, 200, p.63) em fontes secundárias e desenvolver uma apreciação sobre a relação entre o espaço e a sua relação com o turismo, tema até então recente na literatura dos estudos turísticos e central nesse trabalho.

O turismo é compreendido como prática social e, sobretudo, como fenômeno, ele é um produtor de espaços (CRUZ, 2009). Entendendo que o espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório de sistemas de objetivos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como um quadro único no qual a história se dá (SANTOS, 2006, p. 39). Como produtor de espaços, o turismo parte das relações de produção do capital e se utiliza do espaço, consumindo-o.

Ana Fani Carlos, em seu livro "A (Re) produção do Espaço Urbano", afirma que o espaço produzido pelo capital fundamenta-se na apropriação privada, que aliena do produtor o produto; nesse sentido, o espaço se produz a partir da contradição entre sua produção socializada e apropriação individual.

O espaço passa a ser produzido em função do processo produtivo geral da sociedade. No capitalismo, as necessidades de reprodução do sistema fundado no capital estabelecem os rumos, os objetivos e as finalidades do processo geral de reprodução, no qual o espaço aparecerá como condição e meio, sem esquecer o fato de que também é produto (CARLOS, 2008, p. 22).

Dentro dessa dialética das ações, dos objetos e dos objetivos do espaço, analisar-se-á o espaço a partir da abordagem de Henri Lefebvre, na qual aborda o espaço também como contraditório, e a primeira contradição é a existência de quantidades e qualidades no espaço. O quantificado, matemático, medido, o espaço dos arquitetos e outro como o subjetivo, o espaço social, o qual é dominado pelos espaços quantificados, pela geometria, pelo superficial. No entanto, o espaço qualitativo não é absorvido por aquele, ele reaparece.

Para Lefebvre (2006, p.2), as pessoas, depois de certo momento, exigem um espaço qualitativo, o momento de abandonar o espaço de consumo, o qual são os lugares históricos de acumulação do capital, o espaço produzido, ou seja, quantificado para ter e dirigir-se ao consumo do espaço. De que momento se trata? O momento da partida: as férias.

A busca pelo descanso não se dá apenas pelo relaxamento, o desejo às férias, que mesmo ficticiamente, o corpo necessita. O descanso, o encontro

com ócio, devido às condições de relação de produção, e mesmo o próprio direito ao tempo livre, o tempo do não trabalho são direcionados ao consumo do lazer. Este, não realizado de qualquer maneira, mas necessário de estrutura, qualidade, não sendo um lazer pelo direito à festa, como assinala o autor, mas para mais um espaço do consumo, quando realiza o consumo do espaço.

Em uma relação dialética, o capitalismo encontra mais uma forma de manipulação e disseminação ideológica do direito ao tempo-livre; este, não como direito do trabalhador, mas como necessário para que o consumo nesse tempo seja realizado.

Dessa maneira, ele assume que as contradições do espaço não se encontram apenas em uma oposição binária, entre o consumo e a produção, mas sim uma relação a três, do cotidiano ao não cotidiano, por meio da festa, em uma suspensão do labor, meio fictício, meio real (LEFEBVRE, 2006).

Destarte, a contradição se encontra também na fragmentação do espaço, nas eleições de lugares vividos e consumidos, o valor de uso e o valor de troca dos espaços. O espaço é ao mesmo tempo total e fragmentado, global e quebrado (LEFEBVRE, 2006). Em um movimento contraditório e único em que o espaço se dá, realizado ao mesmo tempo.

O espaço da "modernidade" tem características precisas: homogeneidade-fragmentação-hierarquização (LEFEBVRE, 2006, p.8). O autor ainda assinala que, mesmo na homogeneidade, há a fragmentação, paradoxalmente, pois produz os guetos, isolados, grupos, com uma hierarquização estrita: espaços residenciais, espaços comerciais, espaços de lazer, etc.

A hegemonia se exerce sobre a sociedade inteira, cultura e saber incluídos, o mais frequente por pessoas interpostas: políticos, personalidades (...). Como a hegemonia deixaria de lado o espaço? Este seria tão somente o lugar passivo das relações sociais, o meio de sua reunificação tendo tomado consistência ou a soma dos procedimentos de sua recondição? Não. (LEFEBVRE, 2006, p. 22).

Conforme afirmação de Lefebvre, 2006, p. 22:

O espaço dialetizado é onde se consome a reprodução das relações de produção. O espaço social contém, ao mesmo tempo, os lugares apropriados (mais ou menos), as relações sociais de reprodução, a



saberes relações biofisiológicas entre os sexos, as idades, com a organização específica da família – e as relações de produção, a saber, a divisão do trabalho e sua organização, portanto as funções hierarquizadas. Esses dois encadeamentos, produção e reprodução, não podem se separar: a divisão do trabalho repercute na família e aí se apoia; inversamente, a organização familiar interfere na divisão do trabalho; todavia, o espaço social discerne essas atividades para localizá-las.

Segundo Krippendorff (2000), o ponto de partida da discussão é o homem e as esferas da existência – trabalho, moradia e lazer – que representam o universo cotidiano. De modo sintético e objetivo, a produção do espaço significava para Lefebvre a própria (re)reprodução da vida, ou seja, viver é, em síntese, produzir espaço (CRUZ, 2007, p. 7). Para Smith (1998 *apud* Cruz, 2000, p. 8), a sociedade não mais aceita o espaço como um receptáculo, mas sim o produz; não se vive, atua-se ou trabalha-se “no” espaço, mas sim se produz o espaço, vivendo, atuando e trabalhando.

O capital elege lugares para serem um espaço do consumo, e outros para o consumo do espaço. Notadamente, o espaço de consumo só ocorre se houver o consumo do espaço. Turismo e lazer tornam-se grandes veeiros de investimento e de especulação imobiliária; urbanização generalizada (efetivam-se como espaços para serem consumidos) (LEFEBVRE, 2006, p. 3).

Percebe-se com tal assertiva que a centralidade de certas cidades e seus espaços de influências ignora os espaços públicos, a praça, o parque, a praia, o sol, a natureza, e passa a ser objeto de especulação e de lucratividade. E o que interessa mais uma vez é o capital, o lucro, a tentativa de crescimento econômico. Para tal, adentra na arena o poder público, este que deveria ser o vetor do crescimento e desenvolvimento comum, assumindo o papel de segregador e de investidor para facilitar o crescimento do capital hegemônico. Minimiza, assim, o custo para o capital externo e favorece os já beneficiados detentores do financeiro.

Conforme Coriolano (2007, p.45), “o turismo é uma das mais novas formas do processo de acumulação, que vem produzindo novas configurações geográficas e materializando o espaço de forma contraditória, pela ação do Estado, das empresas, dos residentes e dos turistas”.



Para Milton Santos, Estado e mercado formam um par dialético “mas isto não elimina o fato de que o Estado exerça o seu auxílio ao mercado” (CRUZ, 2001, p.10). O poder do Estado como gerenciador do espaço mostra que suas ações podem modificar realidades ou retificar oligarquias e perversidades.

Segundo Lefebvre (2006, p. 24):

A produção de espaço se efetua com a intervenção do Estado que age segundo as intenções do capital, mas parece obedecer apenas às exigências racionais da comunicação entre partes da sociedade, assim como de um crescimento conforme os interesses de todos usuários. De fato se produz um círculo vicioso, mas invasor e portador de interesses econômicos dominantes.

Não é apenas toda a sociedade que se torna o lugar da reprodução (das relações de produção e não já apenas dos meios de produção): é todo o espaço. Ou pelo neocapitalismo, setorizado, reduzido a um meio homogêneo e, contudo, fragmentado, reduzido aos pedaços (só se vendem pedaços de espaços a clientelas), o espaço transformando-se nos espaços do poder (LEFEBVRE, 1973, p.97).

Assim, se encontra respaldo na realidade brasileira, notadamente na nordestina. Historicamente, a urbanização das praias nordestinas é decorrente do interesse de grupos das classes dominantes, que, com a valorização das regiões costeiras e o status *social* adquirido pelas regiões litorâneas no final do século XX, exigiram do Estado infraestrutura para suas novas aquisições imobiliárias, as casas de praia (DANTAS *et al.*, 2008).

Decorrente dessa valorização houve na região diversos incentivos e investimentos, desenvolvendo a atividade turística e ao mesmo tempo uma especulação imobiliária sem precedentes. Com a valorização das regiões litorâneas, os estados tentam atrair e divulgar a localidade, como sendo capaz de receber o visitante que procura o real descanso (BARRETO, 2003).

DANTAS *et al.*, 2008 assinala:

A demanda por espaços de lazer nas zonas de praia nordestinas é motivadora de ações, direcionadas por grupo de empreendedores, os quais se especializam no tempo. A princípio voltado a uma demanda local,

principalmente de uma classe média que segue movimento iniciado pela elite; recentemente voltado a uma demanda externa, brasileiros e estrangeiros que descobrem as paragens litorâneas dos estados nordestinos.

No universo das motivações de viagem, a higiene psíquica surge como motivação principal, representando a busca pelo repouso, a contrapartida do cotidiano (KRIPPENDORF, 2000) e, conseqüentemente, a busca por novos espaços de lazer é um a necessidade criada globalmente e que se vê o seu reflexo localmente. O Nordeste tem para as suas localidades a investidura de financiamento também estrangeiro, o qual encontra na região até então inexplorada novos espaços a serem modificados, consumidos e produzidos, o que faz das regiões litorâneas o local de investimento e crescimento do capital, modificando relações e lógica das cidades.

## O TURISMO EM JOÃO PESSOA - PB

A produção do espaço para o turismo passa, necessariamente, pelo aumento da fluidez do território e pela produção, conseqüentemente, de melhores condições de circulação. Tais atitudes não garantem apenas o deslocamento e a mobilidade do turista e do residente, mas, principalmente, a mobilidade e a fluidez do capital financeiro, investidor, que se utiliza das ações do Estado, as quais valorizam determinadas regiões e, conseqüentemente, valorizam seus empreendimentos.

Para Soneiro (1991 *apud* Fonseca, 2005, p. 32), a atividade turística está centrada na busca e na atração pelo "o outro", o que faz da diferenciação espacial um aspecto importante na análise do fenômeno turístico.

As cidades assim eleitas, no caso do Nordeste, em sua grande parte pelos aspectos físico-naturais que detêm, passam a receber estrutura, investimentos e modificações. Nesta perspectiva, os "lazers" constituíram a etapa do intermediário, a conexão entre a organização capitalista da produção e a conquista de todo o espaço.

Os espaços de lazer constituem objeto de especulações gigantescas, mal controladas e, frequentemente, auxiliadas pelo Estado (...). O espaço é vendido

Cidade onde o sol nasce primeiro por ser extremo oriental das Américas, por muito tempo considerada uma das cidades mais verde do mundo. É detentora de belezas estonteantes, praias aptas para banho, com águas mornas, reserva de Mata Atlântica e ainda uma tranquila população, todas essas são características naturais que põem a Cidade da Parahyba<sup>1</sup> à frente de muitos destinos turísticos do Brasil. Apresenta como principal produto turístico as suas praias, obtém diversos visitantes de todos os cantos do país.

The figure consists of two maps. The left map is a map of Brazil showing its states and major cities. A red dot in the northeastern region of Brazil indicates the location of Paraíba. The right map is a detailed map of Paraíba, showing its major cities, rivers, and geographical features. The map includes a scale bar and a compass rose.

1 Nome dado à cidade em 1654, período de restauração após a expulsão dos holandeses do nordeste brasileiro, após isso se torna João Pessoa, nome atual (MELLO, 2002).

O turismo é uma atividade que envolve milhões de dólares, a cada época encontram-se novos destinos, novos públicos, novas formas de se fazer o turismo. No Brasil, esse crescimento é a cada dia mais notório. De acordo com a Embratur (2013), a receita de turistas internacionais no país em 2013 foi de US\$ 6,7 bilhões na economia brasileira, consolidando crescimento de mais de 170% nos últimos 10 anos (2003-2013).

De acordo com Wills Leal (2001), a história do turismo na cidade de João Pessoa tem seu marco inicial na construção de um hotel - Hotel Tambaú - no ano de 1971 por João Agripino, então governador do Estado. Nota-se a partir disso a inserção de dinheiro público para construção de um hotel, valorizando a região e especulando a área. Mais tarde, nos anos 80, iniciou-se a execução de obras básicas para o setor, tais como: Espaço Cultural José Lins do Rêgo; Mercado de Artesanato Paraibano (MAP); Centro Turístico de Tambaú; reforma na Estância Termal de Brejo das Freiras; construção do Aeroporto; e do Terminal de Passageiros. Além dessas ações, pode-se destacar a construção da Avenida Litorânea, ligando as praias do Litoral Norte às praias de João Pessoa, e o ambicioso Projeto Costa do Sol (LEAL, 2001, p. 44), hoje intitulado Polo Turístico Cabo Branco.

O Polo Turístico Cabo Branco, objeto de estudo deste trabalho, localiza-se no litoral sul de João Pessoa, capital do Estado da Paraíba. Seu projeto afirma buscar uma alternativa para o desenvolvimento socioeconômico do Estado, por meio do aproveitamento das potencialidades da região. O Polo seria, de acordo com o discurso do Governo, a alavanca que impulsionaria de vez o desenvolvimento do turismo na Paraíba. O secretário da Indústria, Comércio e Turismo do Governo da época do lançamento do Projeto do Polo Turístico (1988), Carlos Gláucio Sabino de Farias, chegou a afirmar:

O Pólo Turístico Costa do Sol será a mais arrojada obra do Governo Tarcísio Burity, voltada para consolidar definitivamente o turismo no Estado, dando uma dimensão internacional a essa atividade, em face da qualidade da infraestrutura que se implantará. [...] Tenho a mais absoluta convicção de que em futuro não muito longínquo, a atividade turística será um dos mais importantes centros dinâmicos da economia paraibana, particularmente nas cidades litorâneas. (PÓLO..., 1988).

Tal projeto foi inspirado no modelo turístico implantado no México, que tem como principal representante o Polo de Cancun. Para sua elaboração, arquitetos,



gestores públicos e diversos empresários da hotelaria paraibana fizeram uma visita oficial ao México, por meio da qual buscaram informações e tecnologias para a elaboração e implantação do projeto (LEAL, 2001).

O Projeto merece destaque devido a sua magnitude. Ele tinha a intenção de, por meio de financiamento do PRODETUR/NE<sup>2</sup>, ligar as praias do Seixas à de Coqueirinho, por meio da construção de 13 km de estradas duplas (Figura 2), o que veio a ser concretizado. Previa a parceria de empresas privadas para a conclusão do plano, com a implementação de infraestrutura turística no local, instalação de 16 hotéis ao redor das avenidas, serviços e *shopping centers*. Essa etapa do projeto, considerada crucial pelo Governo, não se concretizou, razão pela qual se pode afirmar que o Projeto praticamente não saiu do papel.

Figura 2 - Rodovia Estadual PB 008



Fonte: Governo do Estado da Paraíba (2012).

2 Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste. O PRODETUR/NE é financiado com recursos do BID e tem o Banco do Nordeste como Órgão Executor.

O projeto sofreu muitas críticas devido ao local escolhido para sua implantação, chegando, inclusive, a ser embargado pelo Instituto Brasileiro de Meio Ambiente (IBAMA), pois seria preciso derrubar grande parte da Mata Atlântica ali existente, alteração de curso de rios, para dar lugar à construção de megaprojetos arquitetônicos, acelerando a erosão e a degradação da falésia. Além do mais, era o capital estrangeiro que mais se beneficiaria com esse projeto, excluindo a população local da sua concepção e desenvolvimento.

Atualmente, o projeto teve suas obras retomadas e passou a chamar-se “Polo Turístico Cabo Branco”. O mesmo órgão que o embargou, agora o autoriza, justificando ter o projeto se adequando a algumas normas, por meio do ofício nº00649/09 de 26 de agosto de 2009, a Superintendência Estadual de Administração do Meio Ambiente (SUDEMA) teve a decisão de suspender o embargo.

Com a criação da Estação Cabo Branco - Ciência, Cultura e Artes (Figura 3), espaço destinado à exposição de artes e tecnologia, começa a se instalar na cidade de João Pessoa o tão sonhado complexo turístico pensado há mais de 20 anos.

Figura 3 - Estação Cabo Branco, Ciência, Cultura e Artes



Fonte: Governo do Estado da Paraíba.



No ano de 2011, foi iniciada a segunda fase do projeto, o Governo do Estado da Paraíba agora investe na criação de um dos maiores centro de convenções do Nordeste (Figura 4), com área de quase 20 mil metros quadrados, e que propõe aumentar em 30% o fluxo turístico da capital da Paraíba. O Projeto, que inicialmente se assemelha ao realizado em Cancun no México, modifica um pouco seu foco (sol e mar), e é desenvolvido na perspectiva de atrair investimentos para o turismo de eventos, feiras e de negócios.

Figura 4 - Centro de Convenções Poeta Ronaldo Cunha Lima



Fonte: Governo do Estado da Paraíba

Para a concretização da maior obra em construção na Paraíba, já foram investidos 94 milhões, sendo R\$ 70 milhões de recursos próprios (74%) e R\$ 24 milhões da União (26%).

"Essa é a obra pública que mais emprega no Estado, com 900 empregos diretos e mais de 2 mil gerados durante a sua construção", afirmou o governador em seu programa de rádio na emissora do Governo. A conclusão da obra deve



ocorrer em junho de 2013.<sup>3</sup>

Muito embora a verba destinada para a realização do projeto não venha do programa de desenvolvimento nacional, as políticas voltadas para a região são majoritariamente de infraestrutura para o turismo. Por meio do PRODETUR – NE, instala-se na região a infraestrutura para o crescimento e para o incentivo do turismo. Semelhantemente à Paraíba, houve inserção da chamada Costa do Sol, no litoral cearense, o qual buscou também criar infraestrutura turística para uso dos espaços, assim como, em proporção e magnitudes diferenciadas, foram criadas a Rota do Sol no litoral Potiguar e a Linha Verde baiana, que foram facilitadores para o uso do espaço e do território da região para o turismo, fluidez do capital e fluxo de visitantes.

Houve na região nordestina o aumento considerável de turistas após esses investimentos, no entanto são projetos voltados para o empresariado da hotelaria, prioritariamente. Dentro dessas ações não houve capacitação da população residente, inserção de economias solidárias e criativas, as quais fornecem o empoderamento da população residente sobre sua região.

Os aspectos econômicos do turismo são, de forma geral, supervalorizados, negligenciando aspectos tão ou mais importantes, como o social e o cultural. A sociedade civil organizada deve dividir com o Estado o poder de decidir o seu turismo.

Azevedo (2008, p.12) afirma que é de fundamental importância se buscar um modelo de desenvolvimento integrado, conciliando participação política da sociedade, ética, transparência, compromisso social e ambiental, leis de mercado mais justas para com a maioria da população.

Não são apenas Estado, mercado e turistas que produzem os espaços relativos aos fazeres turísticos, mas também as sociedades que vivem nesses lugares (CRUZ, 2009). Nota-se, por meio dos discursos proferidos com a retomada da implementação do Polo Turístico Cabo Branco, a tentativa do Governo do Estado da Paraíba em entrar no cenário competitivo do turismo e entre as cidades. O Estado como promotor e especulador do espaço encontra cada vez mais lugar na justificativa pela criação de emprego e renda.

---

3 <http://www.paraiba.pb.gov.br/55799/paraiba-comeca-a-entrar-no-roteiro-do-turismo-de-negocios.html>  
<http://www.paraiba.pb.gov.br/55799/paraiba-comeca-a-entrar-no-roteiro-do-turismo-de-negocios.htm>

Vê-se nesse sentido a supervalorização de consumo do espaço e de espaços de consumo, para a valorização do capital e crescimento econômico, não há registro, por exemplo, de atividade envolvendo e consultando a população da localidade do Cabo Branco, e há ainda problemas de cunho ambiental. Toda a área na qual o Polo Turístico está sendo implementado é uma falésia e, com as devidas obras, está ocorrendo o aumento de sua erosão (MOURA, 2007).

O Estado é, dessa forma, um facilitador para o crescimento e investimento do mercado hegemônico, trazendo turistas para realização de negócios e eventos, habitando os hotéis, porém é preciso avaliar se o incentivo a essa atividade traz desenvolvimento para a população residente, além de questionar as prioridades do Estado.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A lógica do capital encontra na busca pelo lazer e descanso mais uma forma de crescimento, lucro e segregação. Cidades pouco urbanizadas, mas detentoras de aspectos físicos naturais, são vistas como receptáculos de um turismo massivo e extremamente exploratório.

Nessa perspectiva é imprescindível pesquisar, investigar e saber como se dá o crescimento do turismo nessas regiões, avaliar o tipo de turismo que está sendo implementado nas cidades, averiguar o incremento no preço da terra, investigar como age o Estado no tocante ao ordenamento do espaço urbano. Estes e outros são questionamentos impulsionadores de uma pesquisa e investigação mais aprofundada sobre a relação do espaço com o turismo.

Percebe-se que o espaço é formado e formador do turismo, ao mesmo tempo em que ele é formado pela atividade, esta é impulsionada e conduzida por ele. Dentro dos espaços, é importante avaliar as relações de produção e do poder existente em forma de análise aprofundada do fenômeno, não enxergar o espaço como palco, mas como um local no qual a história se dá tanto como receptáculo das relações de produção como também conteúdo dessas relações.

Na lógica das relações de produção, encontra-se o poder decisório do Estado, como onipresença nos investimentos e nos incentivos à produção e muitas vezes

segregação dos espaços. No caso analisado, os espaços para o turismo, espaços criados para o consumo e que de tal maneira são espaços consumidos.

O histórico do Nordeste como espaço segregado, explorado para o crescimento de todo o país e uma região de minorias e excluídos veem no turismo uma forma de desenvolver e crescer economicamente a região. Para corroborar tal assertiva, percebem-se investimentos do Governo Nacional na tentativa de desenvolvimento da Região para o turismo. Programas como o PRODETUR-NE, com prazo de instauração em até 26 anos, mostram que ações Estatais buscam para a região, notadamente a região costeira, o incentivo, a criação e a manutenção e as melhorias das infraestruturas, vias expressas para o investimento e o fomento do turismo.

Tais ações valorizam empreendimentos e facilitam a circulação dos fluxos de capitais para tais regiões, tornando os investimentos imobiliários e turísticos mais lucrativos e, conseqüentemente, mais interessantes para os seus empreendedores. Questiona-se dessa forma como a população local, de tais regiões exploradas, vê essa realidade e como ela, agente local, é ouvida e representada nas relações de produção.

A análise do espaço produzida pelo turismo é múltipla e profunda, necessária à investigação crítica. Não apenas de forma superficial, mas na tentativa de enxergar um modo de produção menos perverso e que incentive a economia local e melhorias das condições de vida da população.

A ação do Estado como segregador precisa se extinguir para então buscar pelo bem-estar da população. Em contrapartida, segundo Lefebvre (1975), não há como se lutar pelo bem-estar da população se ela tenta apenas a sobrevivência. Tais ações são detentoras de grande mérito por reforçarem o discurso da geração de emprego e renda, que é o que a população mais precisa.

Como agir a um bem comum se o mínimo para a vida lhes é negado? São necessárias primeiramente políticas que garantam condições de sobrevivência para as populações aqui especificadas, as litorâneas. A partir disso, é possível uma organização comunitária, na qual haja o empoderamento destas populações para participarem do processo decisório das políticas que definam o futuro de suas regiões.

É infundado falar de política de planejamento ou política de participação se nessas comunidades a busca é pelo pão, por emprego e por suprimento das necessidades básicas. Superadas essas fases, é interessante ponderar a próxima, a política de participação. Quando isso não acontece, todas as ações do Estado e da iniciativa privada serão realizadas para supri-la e então a resistência será mínima ou nenhuma.

## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Francisco Fransualdo de (2008): Desenvolvimento Local e Capital Social: uma abordagem teórica. Aracaju: **Revista Geonordeste**, Ano XIX, nº1: 87, 105.

BARRETTO, Margarita (2003). **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13. ed. Campinas, SP: Papirus. (Coleção turismo).

BRASIL. Ministério do Turismo. **Relatório Plurianual**: Relatório de Avaliação. Brasília, 2008.42p.Disponível:<[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/relatorios/downloads\\_relatorios/Caderno\\_Setorial\\_-\\_Versxo\\_Editada.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/relatorios/downloads_relatorios/Caderno_Setorial_-_Versxo_Editada.pdf)>. Acesso em: 05 set. 2012.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A (Re)produção do Espaço Urbano**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

CORIOLOANO, L.; SILVA, S. Turismo: prática social de apropriação e dominação do litoral. In: CORIOLOANO, L.; VASCONCELOS, F. (Orgs.). **O Turismo e a relação sociedade** – natureza: realidades, conflitos e resistências. Fortaleza: EDUECE, 2007, p.44 – 56.

CRUZ, Rita de Cássia. **Geografias do Turismo**: de Lugares a Pseudo-lugares. São Paulo: Roca. 2007.

\_\_\_\_\_. Turismo, produção do Espaço e desenvolvimento desigual para pensar a realidade brasileira. In: **Turismo de base comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras / Roberto Bartholo, Davis Gruber Sansolo e Ivan Bursztyn, organizadores. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

DANTAS, Eustógio Wanderley Correia; PANIZZA, Andrea de Castro; PEREIRA, Alexandre Queiroz. Vilegiatura marítima no nordeste brasileiro. Diez años de cambios en el Mundo, en la Geografía y en las Ciencias Sociales, 1999-2008. **Actas del X Coloquio Internacional de Geocrítica**, Universidad de Barcelona, 26-30 de mayo de 2008. <http://www.ub.es/geocrit/-xcol/302.htm>.

GIL, Antonio Carlos. **"Métodos e técnicas de pesquisa social"**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

LEAL, Wills. **O real e o virtual no turismo da Paraíba**. João Pessoa: A União, 2001.

LEFEBVRE, **Reprodução**: Reprodução: as relações de produção. 1. ed. Porto: Publicações Escorpião, 1973.

\_\_\_\_\_. **A Revolução Urbana**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1976.

\_\_\_\_\_. **A produção do espaço**. Belo Horizonte: Núcleo de geografia urbana da UFMG, 2006.

MELLO, José Octavio A. **História da Paraíba**. João Pessoa: A União, 2002.

MOURA, Anna Karla Cavalcante; GARCIA, Loreley Gomes. O discurso do turismo sustentável no contexto do Pólo Turístico Cabo Branco, João Pessoa, PB. In: **Encontro Da Sociedade Brasileira De Economia Ecológica**, 7., 2007, Fortaleza. Anais... . Fortaleza: Ecoeco, 2007. Disponível: <[http://www.ecoeco.org.br/conteudo/publicacoes/encontros/vii\\_en/mesa2/trabalhos/o\\_discurso\\_do\\_turismo\\_sustentavel.pdf](http://www.ecoeco.org.br/conteudo/publicacoes/encontros/vii_en/mesa2/trabalhos/o_discurso_do_turismo_sustentavel.pdf)>. Acesso em: 05 set. 2012.

POLO Turístico vai ser a mais arrojada obra do Governo Burity. O Norte, João Pessoa, Turismo, 13 de julho de 1988.

PORTAL BRASIL - **Embratur define ações para manter crescimento do turismo internacional** - Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/02/embratur-define-acoes-para-manter-crescimento-do-turismo-internacional>>. Acesso em: 18 jun. 2014.

TURISMO, **Organização Mundial**. Indicadores do turismo. OMT, 2001.

## NOTA

- <sup>i</sup> Artigo apresentado no III Seminário Nacional sobre o Papel do Geógrafo no Contexto Social Atual (III SPGEO) e o I Seminário Internacional sobre o Papel do Geógrafo no Contexto Atual, realizado no período de 26 a 29 de setembro de 2012, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal - RN.