



Revista de Gestão Costeira Integrada -  
Journal of Integrated Coastal Zone  
Management

E-ISSN: 1646-8872

rgci.editor@gmail.com

Associação Portuguesa dos Recursos  
Hídricos

Menezes T. Coriolano, Luzia Neide

Litoral do Ceará: espaço de poder, conflito e lazer

Revista de Gestão Costeira Integrada - Journal of Integrated Coastal Zone Management,  
vol. 8, núm. 2, 2008, pp. 277-287  
Associação Portuguesa dos Recursos Hídricos  
Lisboa, Portugal

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388340124020>

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

## Litoral do Ceará: espaço de poder, conflito e lazer \*

### *The Littoral of Ceará: Space of Power, Conflict and Leisure*

Luzia Neide Menezes T. Coriolano<sup>1</sup>

---

#### RESUMO

Este texto analisa do uso do litoral para o turismo no Ceará – Brasil, a partir das contradições e relações do poder na apropriação do território para o uso turístico. O turismo litorâneo cearense é um dos segmentos turísticos mais dinâmicos e tem causado impactos nesse frágil ecossistema fortemente agredido, explorado e ocupado. O turismo faz parte da mundialização do capital, dando respostas às crises da acumulação global, envolvendo o mercado, o Estado e a sociedade civil. Verifica-se como estratégias políticas dos governos, operacionalizadas pelas políticas públicas implantam infraestruturas. O turismo é uma atividade que implica o consumo dos espaços com formas de utilização estruturantes de paisagens e de negócios. Analisam-se as relações de poder na produção do espaço turístico, o que implica, necessariamente, compreender o espaço como algo socialmente produzido que expressa as contradições do modo de produção capitalista ou as contradições do espaço-mercadoria. Os territórios são meios e produtos dessas relações de força e de poder que no turismo também se estabelecem de forma contraditória e articulada, criando regiões turísticas. O turismo é uma atividade produtiva mundial que interfere na organização desigual e combinada dos territórios, sendo absorvido de maneiras diferenciadas pelas culturas e modos de produção. Origina processos que concentram e distribuem renda, aumentam e diminuem as formas de exploração dos trabalhadores, além de entrada e fuga das divisas. É uma atividade que, como as outras, necessita de controles dos governos e, sobretudo, da própria sociedade.

As comunidades pesqueiras litorâneas não têm sido incluídas no desenvolvimento do turismo do Estado de forma justa, e este tem sido um grave problema no litoral. Investigou-se como o turismo tem se alocado no litoral do Ceará, e que impactos tem causado a estas comunidades tradicionais. Sobretudo buscou-se os caminhos que estão sendo seguidos para que comunidades possam se envolver com o turismo de forma esclarecida, consciente e madura, evitando radicalismos, considerando que a produção econômica hegemônica se dá de forma desigual, excludente, e, portanto, com bastantes conflitos. Buscar a excelência para o turismo no Ceará implica a definição de um modelo que entenda o turismo como atividade econômica hábil a produzir riqueza para as populações marginalizadas do processo econômico, resgatar e valorizar

---

1 luzianeidecoriolano@gmail.com - Universidade Estadual do Ceará, Brasil.

---

\* Submissão – 29 Maio 2008; Avaliação – 15 Julho 2008; Recepção da versão revista – 22 Julho 2008; Disponibilização on-line - 5 Setembro 2008

as manifestações artístico-culturais, conservar o meio ambiente, estabelecer sinergia com outras atividades econômicas e proporcionar aos visitantes e turistas uma experiência qualitativa e personalizada. Como conceber um turismo distribuidor de renda numa realidade como a do Brasil, que é considerado um dos piores países no que se refere às disparidades de renda entre ricos e pobres? E, no Ceará, que é considerado um de seus focos de pobreza? Romper com esse modelo concentrador de riqueza e buscar condições de geração de emprego e renda para as classes pobres são grandes dilemas que se impõem às políticas de turismo. Políticas empresariais especulando o litoral implantam resorts e originam formas de resistências criando o turismo comunitário, novo eixo do turismo, voltado para valores humanos, conservação ambiental e menos para a acumulação. Indícios de adaptações do turismo, demonstrando que outro turismo é possível.

Palavras-Chave: Turismo, Espaço, Poder, Configuração geográfica.

#### *ABSTRACT*

This text analyzes the use of the littoral for tourism in Ceará – Brazil, starting from the contradictions and relations of power in the appropriation of the territory for tourism use. Ceará is a State of Brazil that has 146 thousands km<sup>2</sup> and is situated in the south of Ecuador between the latitudes 2° 46' 30" e 7° 52' 15". In the west there is the Atlantic Ocean, particularly green – the bave green seas sung by the poet from Ceará, José de Alencar – which has been known as an emergent pole of national tourism. The greatest natural attractive to the tourism in Ceará is its coast, full of beautiful beaches, native communities, poles of leisure, and summer houses. The Coast of Ceará is a immense beach full of coconut palms. The coastal tourism in Ceará is one of the most dynamic segments of tourism and has caused impacts in this fragile and intensively harmed, exploited, and occupied ecosystem. The tourism is part of the globalization of capital, giving answers to the crises of global accumulation, involving the market and civil society. The tourism is an activity that implies the consumption of spaces shaped as an organizational use of landscapes and business. It is verified as political strategies of the government, executed by public policies for the implantation of infrastructures.

The tourism activities in the State, is under a maturity stage, in the sense that the tourism is a target not only of heavy critics, but also of investments, studies and researches, which implies new postures face to tourism. In this context, the role of the State in the development of this activity is discussed – on the perspective that it is an activity that may reach everybody, not only the big business man, but also the little one, and needs to demand social responsibility from the private enterprises, defend and support the initiatives of the communities in this activity. The resident populations of the localities in Ceará that actively live the tourism, like those that receive groups of receptive tourism agencies, have not had big participation on the decisions of the tourism development, on the profits, and when they participate of tourism activity, they do it as consequence of the implantation of the activity from outside to inside, like the allocation of mega enterprises, some are international investments.

To reach a higher level of quality of tourism in Ceará connotes to the definition of a model that discusses tourism as an economic activity able to produce wealth also to the populations on the edge of economic process, rescue and value its art and culture. Conserve the environment, establish synergy with other economic activities, and provide the tourists and visitors a qualitative and personalized experience. To comprehend the relations of power on the production of tourism space implies necessarily comprehend the space like something socially produced that expresses the contradictions of the capitalist production form or the contradictions of space-merchandise. It is at the same time, the place of strategies of the capital and routine resistances for the inhabitants. Tourism is a new modality of accumulation process, which has been producing new geographic configurations and materializing the space in a contradictory way, due the actions of the State, enterprises, residents and tourists. To comprehend this dynamic means to understand the productive relations of the space and the duty of the State, business and work classes on movement and conflict. To reproduce itself, the tourism follows the capital logic, when few take the spaces and the resources inserted in it, presenting them as attractive turned into merchandises.

Nowadays, tourism is a diffuser axis of that specialization, acts desterritorializing and producing new geographic configurations. Thus, the coastal regions, originally occupied by indigenous, fishers, traditional communities, the so-called "povos do mar" are expropriated to give place to summer houses, big resorts, hotel chains, restaurants and others tourism equipments, like aquatic and thematic parks, for example. In this spatial production, is necessary to consider the fight of the different local actors: the native, users of the coastal space, who try to defend their properties, facing the interests of businessmen, real estate agents, and State, these are interested in the change value of space, because they turn it into merchandise.

The coastal revaluation in order to leisure and tourism, by capitalist restructuration, has enlarged the dispute of this space for new uses. The littoral has become the main real estate merchandise, causing the segregation of the native population due to the realignments necessary for tourism occupation, which appropriate of the best places, those considered most beautiful and attractive. The tourism sticks in these localities, constituting receptive nucleus of tourism for travel agencies and tourism guides.

The tourism is a worldwide productive activity that affects the unequal and combined organization of territories, being absorbed in several ways for cultures and production ways. It origins processes that concentrate and distribute wealth, increase and reduce the exploitation forms of

workers, moreover the entrance and escape of money. It is an activity, like others, which needs to be controlled by the government and, especially, the society. Tourism is an activity resulted from world of work, evolution of civilization's living way that has approached places through globalization and techniques, sophisticated services and created comfortable and pleasant ways of living. The tourism, different from local leisure, is an expensive merchandise with bourgeois ethic.

**Keywords:** Tourism, Space, Power, Geographical Configuration

---

## 1. INTRODUÇÃO

O Ceará é um estado brasileiro que possui 146 000 km<sup>2</sup> e fica situado ao sul do Equador entre as latitudes de 2º 46' 30" e 7º 52' 15". É possuidor de mais de 500 Km de Atlântico, singularmente verde – os verdes mares bravios cantados pelo poeta cearense, José de Alencar – e vem sendo reputado como um polo emergente do turismo nacional. Trata-se de "uma zona geográfica de grande luminosidade, privilegiada em relação ao recebimento de radiação solar que faz acumular o calor nessas latitudes, dotando-o de um excedente energético muito significativo sobre o restante do planeta" (Conti, 1999, p.5), portanto, de excelente clima tropical. Possui o Ceará uma estabilidade climática com pequena alteração nas estações: a das chuvas e a da seca. O Estado apresenta temperatura média de 28°C amenizada pelos ventos alísios, com 2 800 horas de sol por ano. Realidade aproveitada para produzir o marketing de "a terra das praias e do sol". A predominância do clima semi-árido é amenizada pela altitude nos relevos serranos. Inúmeras condições geográficas são favoráveis ao turismo destacando: a longitude da costa, a pluralidade geomorfológica das paisagens e a variedade de espaços geográficos inexplorados, tão propícios ao turismo de natureza.

A natureza e elementos culturais, históricos, manifestações, usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas, eventos e acontecimentos programados, motivam o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los, pois foram transformados em atrativos turísticos. Estes atrativos passam a constituir a oferta turística, disponíveis para o consumo, e mobilizam a demanda. Tudo o que o Estado possa oferecer como elemento natural ou cultural, de modo a satisfazer as necessidades dos turistas que visitam o Ceará, constitui a oferta turística cearense. Essa oferta vai desde os

atrativos naturais de seu espaço físico geográfico, que se convencionou chamar de paisagem, aos atrativos que retratam a cultura cearense. Os elementos naturais transformados em atrativos turísticos são a configuração física do território, o clima, as formas de relevo, como: serras, planaltos, planícies, chapadas, vales, litorais, praias, dunas, restingas manguezais, falésias, rios, lagoas, cachoeiras, dentre outros. Já os socioculturais são os monumentos arquitetônicos, sítios históricos, sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, festas populares, gastronomia, artesanato, músicas, feiras, os aspectos culturais do povo cearense, patrimônio cultural material e imaterial.

O maior atrativo natural para o turismo no Ceará é o litoral, pontilhado de belas praias, comunidades nativas, pólos de lazer e segundas residências. A costa cearense é uma imensa praia ensombrada de coqueiros. Na costa do Atlântico Sul, estão os seus 573 km de praias. A faixa litorânea conhecida como a Costa do Sol Nascente se estende de Fortaleza até a fronteira do Estado do Rio Grande do Norte, enquanto a Costa do Sol Poente vai de Fortaleza até fronteira com o estado do Piauí. Nessa faixa, encontram-se os 20 municípios litorâneos, com várias praias, umas já urbanizadas, outras ocupadas apenas pelas comunidades nativas, apresentados na figura 1.

Fortaleza, a capital do Ceará, detém a posição de portão natural do turismo internacional do Estado e vem ampliando sua capacidade hoteleira com a implantação de hotéis de cadeias internacionais e espaços para a realização de eventos. No entanto, basta olhar mais detalhadamente para este espaço para verificar que alguns fatores "arranham" essa imagem do lugar ideal para o turismo de sol e mar, como: a poluição que compromete a balneabilidade de algumas praias e formas de uso do espaço litorâneo que acarretam problemas à população residente, com intensa especulação imobiliária expropriando nativos de suas terras.



Figura 1 - Municípios litorâneos do Ceará. (Costal municipalities of Ceará).

Figure 1 – Costal municipalities of Ceará.

O turismo litorâneo cearense é assim, um dos segmentos mais dinâmicos e tem causado impactos nesse frágil ecossistema fortemente agredido, explorado e ocupado. Lembra Muñoz (1994, p. 94) que a ocupação do litoral mediterrâneo é bastante elevada, por exemplo, a “Costa Azul, Costa Vasca e Alpes Marítimos apresentam níveis de urbanização de 95%, com todos os problemas dela decorrentes”. Não apenas para o turismo, como também para residir, pois as pessoas, na escala internacional, regional e local, em todos os tempos, preferem os litorais e não as áreas interiores.

As comunidades pesqueiras litorâneas não têm sido incluídas no desenvolvimento do turismo do Estado de forma justa, e este tem sido um grave problema no litoral. Investigou-se como o turismo tem se alocado no litoral do Ceará, e que impactos tem causado a estas comunidades tradicionais. Sobretudo buscou-se verificar que caminhos estão sendo seguidos para que comunidades possam se envolver com o turismo de forma esclarecida, consciente e madura, evitando radicalismos, considerando que a produção econômica hegemônica se dá de forma desigual, excludente, e, portanto, com bastantes conflitos.

A atividade turística no Estado passa por uma fase de maturidade no sentido de que, o turismo é alvo não só de pesadas críticas, como também de

investimentos, estudos e pesquisas, que implicam novas posturas frente ao turismo. Nesse contexto, discute-se o papel do Estado no desenvolvimento dessa atividade aglutinadora •na percepção de que é uma atividade que pode chegar a todos, não somente ao grande empresário, mas também ao pequeno, precisa exigir responsabilidade social da iniciativa privada, endossar e apoiar as iniciativas das comunidades nessa atividade. As populações residentes das localidades cearenses que vivenciamativamente o turismo, a exemplo daquelas que recebem grupos das agências de turismo receptivo, não têm tido grande participação nas decisões do desenvolvimento turístico, nos ganhos, e, quando participam da atividade turística, o fazem como consequência da implantação da atividade que veio de fora para dentro, com a alocação de mega empreendimentos, alguns de bandeiras internacionais.

O turismo, desde seu início, foi projetado como atividade para responder à crise econômica global e à ampliação da acumulação capitalista, envolvendo diretamente o Estado e o mercado, mas, aos poucos, a sociedade civil, especialmente as comunidades, descobrem formas de beneficiar-se dele economicamente. No neoliberalismo, o Estado, a serviço da classe dominante, perde autonomia, cedendo às pressões de mercado que requer privatizações, desregulações de preços e tarifas, ou

seja, liberdade para ampliar a acumulação. Na sociedade civil, os movimentos sociais em suas variedades de formas organizacionais, (bairros, favelas, comunidades) dialeticamente descobrem canais de interação com os sujeitos hegemônicos que são o Estado e o mercado, e entram na cadeia produtiva do turismo, por outro eixo, com políticas alternativas. Esse é o contexto no qual se encontram as políticas de turismo nos países periféricos do capitalismo.

Santos (1994, p.36), ajuda entender esse ponto ao tratar de globalização e fragmentação, definindo o lugar como a contraposição da globalização. "O lugar é o espaço da união dos homens pela cooperação na diferença. O lugar viabiliza uma releitura do mundo e uma interpretação à luz da realidade local". Lembra ainda que a base das grandes transformações do mapa mundial talvez se encontre nesse tipo de movimento. Localmente os chamados excluídos, encontram formas diferenciadas de inclusão, podendo-se dizer que no turismo há dois eixos: um do turismo globalizado, das cadeias hoteleiras e dos resorts e o outro do turismo de base local, direcionado para outra demanda e que vem formando a rede de turismo comunitário, nos países latino-americanos.

Buscar a excelência para o turismo no Ceará implica a definição de um modelo que entenda o turismo como atividade econômica hábil para produzir riqueza também para as populações marginalizadas do processo econômico, resgatar e valorizar as manifestações artístico-culturais, conservar o meio ambiente, estabelecer sinergia com outras atividades econômicas e proporcionar aos visitantes e turistas uma experiência qualitativa e personalizada. Como conceber um modelo de turismo distribuidor de renda numa realidade como a do Brasil, que é considerado um dos piores países no que se refere às disparidades de renda entre ricos e pobres? E, no Ceará, que é considerado um de seus focos de pobreza? Romper com esse modelo concentrador de riqueza e buscar condições de geração de emprego e renda para as classes pobres são grandes dilemas que se impõem às políticas de turismo.

## 2. METODOLOGIA

As metodologias estruturalistas, funcionalistas e sistêmicas não chegam a explicar as contradições, as inter-relações econômicas, sociais e políticas da

produção dos espaços turísticos. Acredita-se que não basta conhecer a forma, estrutura, função, e o sistema turístico, mas explicar e teorizar, identificar as determinações, as contradições e negações da realidade estudada.

As metodologias positivistas, portanto, não oferecem possibilidade para produção de uma inteligibilidade do mundo e particularmente do turismo. Produzir teorias para o turismo implica superar a aplicação de matrizes, modelos e teorias fechadas e economicistas e explicar a realidade com novos arcabouços teóricos que dêem conta das contradições do mundo moderno.

Assim, adotou-se abordagem crítica, utilizando conceitos do materialismo histórico que ajudem a compreender os condicionamentos específicos e as singularidades naturais, culturais, sociais e políticas de um lugar, do Estado-Nação, no contexto socioeconômico e político onde se insere o objeto estudado. Sabe-se que o objeto da análise guarda especificidades e contém o todo. Não basta analisar a parte internamente ou isoladamente, ela somente é compreendida quando diferenciada do todo, reconhecendo a sua porção dentro do todo, com suas implicações físicas, econômicas, sociais e políticas, valendo-se assim da categoria totalidade.

A metodologia positivista destaca-se pela descrição dos fatos, realça a memorização, considera a ciência neutra, prioriza o empírico negando o teórico. Portanto, mantém-se apenas no nível da forma ou aparência, adota postura autoritária e dogmática, descontextualiza o objeto estudado, fala de problemas antrópicos, e não da relação sociedade natureza, considera o saber um conhecimento objetivo. Já a metodologia crítica, analisa os fatos contextualizando-os, desacredita na neutralidade científica, considera o saber ao mesmo tempo objetivo e subjetivo, pois dialético. Analisa com base na teoria ou a luz dos conceitos, explica a relação sociedade natureza, busca a essência, não admite o fato isolado, por isso o objeto aqui analisado é processo histórico.

Neste texto adota-se metodologia crítica para discutir o espaço turístico produzido pela sociedade, como tema central. Sobretudo, produzir conhecimento pela pesquisa com conteúdos não apenas utilitários, mas críticos, para não formar profissionais neutros, frios e pouco capazes de

interagir com as mudanças sociais, porque lhes falta capacidade crítica, para entender e explicar as contradições, as diferenças e a complexidade da sociedade moderna. Pelo contrário, opta-se por um método que forme profissionais engajados e comprometidos com as mudanças sociais, conscientes e capazes de entender as contradições do mundo. Um método que leve o intelectual a lutar por uma sociedade mais justa, tornando o pensamento e a análise científica instrumentos de emancipação, indo além do questionamento puramente acadêmico para uma prática social.

### 3. TURISMO, ESPAÇO E RELAÇÃO DE PODER NO LITORAL

Compreender as relações de poder na produção do espaço turístico implica necessariamente compreender o espaço como algo socialmente produzido que expressa as contradições do modo de produção capitalista ou as contradições do espaço-mercadoria. Ele é a um só tempo o lugar das estratégias para o capital e das resistências do cotidiano para os habitantes. O turismo é uma das mais novas modalidades 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. Compreender essa dinâmica significa entender as relações produtivas do espaço e o exercício de poder do Estado, das classes empresariais e trabalhadoras em movimento e conflito. O turismo para se reproduzir segue a lógica do capital, quando poucos se apropriam dos espaços e dos recursos neles contidos apresentando-os como atrativos transformados em mercadorias.

Esta análise tenta fugir da abordagem estruturalista que considera o espaço geográfico objeto rígido, homogêneo, isótropo, neutro, delimitado por linhas periféricas, localizado, formal, a priori do homem, palco dos acontecimentos e admiti-lo como um processo histórico e dialético, resultante das relações sociais de produção. Assim, o espaço geográfico não é suporte nem é reflexo da ação da sociedade, mas um produto social. Mostra Santos (1982, p.18) “que o espaço reproduz a totalidade social na medida em que essas transformações são determinadas por necessidades sociais, econômicas e políticas. O espaço

reproduz-se, ele mesmo, no interior da totalidade, quando evolui em decorrência do modo de produção e de seus movimentos sucessivos e contraditórios”. A partir dessa compreensão, o espaço físico em si, passa a ser considerado a partir de sua organização e o seu sentido são produtos sociais, são espacialidades, ou seja, espaços produzidos através das relações de forças e de poder que se estabelecem de forma contraditória, transformando a chamada primeira natureza em segunda natureza.

Espaço é assim a principal categoria da análise geográfica e nele está contido uma série de outras categorias e conceitos de apoio, tais como: território, lugar, região, cidade, comunidade e paisagem, dentre outras. Enquanto território é “o resultado histórico do relacionamento da sociedade com o espaço, o qual só pode ser desvendado por meio do estudo de sua gênese e desenvolvimento” (Moraes, 2002, p. 63) visto como uma forma de relação de poder que remete a soberania, ao Estado-Nação e a fronteira, é o lugar o espaço das resistências, onde se travam as lutas cotidianas, a exploração das forças de trabalho, o fluxo da mais valia e a reestruturação produtiva da acumulação capitalista. As lutas que antes pareciam apenas das classes sociais ampliam-se e chegam aos lugares. Não apenas as classes lutam por seus interesses antagônicos, mas os espaços, os lugares tornam-se competitivos e ameaçadores, ocorrendo o que Santos (2002) denominou de “guerra dos lugares”. Os espaços vão sendo produzidos diferenciadamente, como forma de subsunção ao capital.

O turismo é na atualidade um dos eixos desencadeadores dessa espacialização, age desterritorializando e produzindo novas configurações geográficas. Assim, é que regiões litorâneas, originalmente ocupadas pelos indígenas, pescadores, comunidades tradicionais, os chamados “povos do mar”, são expropriadas para dar lugar as segundas residências, aos grandes resorts, as cadeias hoteleiras, aos restaurantes e demais equipamentos turísticos, como parques aquáticos e temáticos, por exemplo. Nessa produção espacial faz-se necessário considerar a luta dos diferentes atores locais: os nativos usuários do espaço litorâneo que tentam defender suas propriedades, ou bens de usos, contrapondo-se aos interesses dos empresários, dos agentes imobiliários e do próprio Estado, estes que

se interessam pelo valor de troca do espaço, pois o transformaram em mercadoria.

Cabe ainda considerar a dupla dimensão do espaço - do conteúdo e da forma - como definiu Carlos (1999, p. 65), desfazendo vieses de vertente de uma única mão, pois o espaço não é “mero receptáculo”, como mostra Martins (1999, p. 25), ou “palco”, nas ressalvas de Oliveira (1999, p. 202), mas produto, condição e meio das relações sociais. Ao se fazer meio ou objeto para atividade econômica ou demais práticas sociais, é também força produtiva, apropriada pelo capital para sua reprodução. Assim, “o espaço não se encontra excluído das relações de produção, como tampouco das relações de dominação consubstanciadas e expressas pelas relações de propriedade [...]” (Martins, 1999, p. 25).

É no conteúdo do espaço de relações sociais que se engendram os processos, pois é nessa formação histórica que se estabelecem, se recriam, se transformam as relações sociais e espaciais. Mas esse produto social não se faz sem conflitos, contradições e resistências. É justamente dessas contradições que emergem as relações de dominação e de poder na produção do espaço, que visa a acumulação capitalista. Explica Carlos (1999, p.63) que “as relações sociais têm uma existência real enquanto existência espacial concreta, na medida em que produzem e assim efetivamente a sociedade produz o espaço [...]. Cada local, região ou país tem sua formação própria, sua cultura, valores e costumes e deste modo o espaço vai sendo produzido conforme essas relações mais amplas, em um processo articulado a produção geral da sociedade. Diz Chesnais (1996, p. 185) que os “serviços são a nova fronteira para a mundialização do capital”. A reestruturação produtiva industrial desenvolveu uma infinidade de serviços funcionais à sua produção, ou seja, a cada bem produzido ligado às novas tecnologias desencadeiam-se os serviços de suporte e sustentação, sendo o turismo um desses serviços, voltado especialmente a reprodução da força de trabalho e ao consumo.

O turismo significa o lazer de viagem, portanto um lazer especial e elitizado dirigido às pessoas e grupos que se mobilizam facilmente conforme os ditames do capital internacional. As redes de serviços destinadas ao turismo como o da hotelaria, por exemplo, levam em consideração as vantagens de

localização representadas pela dotação em riquezas naturais (sol, mar, montanhas) bem como pelo valor do patrimônio cultural e histórico de um país (arquitetura, museus). São estes fatores e também as decisões das multinacionais especializadas, que determinam a capacidade de o país receber turistas. As atividades ligadas à “indústria” do turismo (hotéis, restaurantes, clubes de férias) são intensivas em mão de obra; e é por isso que as multinacionais do setor obtêm consideráveis vantagens por uma localização em países que combinem atrações naturais com mão de obra barata, diz Chesnais. (1996, p. 202). As grandes cadeias de hotéis e de restaurantes funcionam como empresas-rede, utilizando o regime de franquia. As multinacionais deixam os franqueadores, seus parceiros subalternos, suportarem todo o peso dos investimentos locais e os imprevistos das flutuações da demanda, além de tudo o que diz respeito aos numerosos problemas da administração cotidiana da força de trabalho mal remunerada e por isso migrante, de forma que consigam menores custos e o máximo de lucro possível.

O movimento reprodutivo do capital mundializado, em sua ânsia de acumulação contínua e ampliada reforça os conflitos, mas não sem produzir resistências. Como processo hegemônico e homogeneizante faz surgir à necessidade de defesa dos atores locais para manter as especificidades próprias da história dos lugares, do local e do regional, valorizando-as para não serem aniquiladas pelos interesses globais. É assim que o capital avança com inúmeros objetivos, produzindo diferentes resultados sobre os espaços locais, a depender também das relações de poder da ordem local. Daí, as várias formas de resistências em relação ao turismo global. Martins (1999, p.29) ressalta os motivos dos conflitos emanados do espaço como mercadoria, que

se torna objeto das estratégias que visam impulsionar a acumulação de capital, e, portanto, tende a dominar a prática social. O que amplia o campo de tensões e conflitos, pois o que se encontra em questão é assegurar a produção e a reproduzibilidade das relações sociais de produção fundamentais e essenciais ao capitalismo através da produção do espaço [...]

Ainda na perspectiva de mercadoria, o valor de uso do espaço submeteu-se ao valor de troca e assim

novas contradições vão aparecendo. O espaço do residente e os espaços dos turistas, o espaço esquecido do cidadão local e o espaço elitizado e luxuoso dos turistas entram em conflito. Lugares lutam entre si para atrair empreendimentos, obedecendo à lógica do capital.

Ressalte-se o papel determinante do Estado burguês nesse processo, posicionando-se abertamente a favor das classes dominantes, dos empresários do turismo, dos proprietários de terra, dos agentes imobiliários. Há os que lutam pelo espaço, lugares e territórios e são favoráveis à troca e à acumulação capitalista, e aqueles que resistem com movimentos sociais, urbanos e rurais, às vezes fazendo alianças ou contando com a solidariedade de outros grupos que passaram pelo mesmo processo de resistência à aniquilação, em permanentes conflitos. Nessa luta de interesses conflitivos distingue-se facilmente a ocupação dos usuários e a dos usurários.

Para Oliveira (1999, p.203), as resistências juntas com a capacidade de mudanças são mediadas pelos usos e costumes para determinarem a produção do espaço articulado entre o lugar, o nacional e o global. O capital ao transformar o espaço em mercadoria, faz surgir novas atividades econômicas, como o ramo econômico das atividades do lazer e do turismo. O turismo provoca profunda mudança sócio-espacial, redefine as singularidades espaciais além de reorientar os usos. Carlos (1999) reportando-se a Lefebvre a respeito da contradição entre a abundância relativa de produtos e as novas raridades, mostra que o turismo e o lazer, ao provocarem essas mudanças, dão novos sentidos aos lugares, levando-os a usos intensivos, tornando-os escassos. A escassez vai tornar a mercadoria-espacó sujeita a especulação pelo valor de troca em detrimento do valor de uso, acirrando os conflitos e as lutas de classe, acionando as relações de poder para deter a propriedade (ou apropriação) desse fator de produção que virou uma mercadoria, ou um bem econômico. A raridade vai se dar não apenas em termos produtivos, de locais propícios à atividade turística, mas porque vai concorrer com espaços e lugares de antigos usos, de moradia e comércio, por exemplo, ou mesmo com o lazer dos moradores do lugar. Diz Oliveira (1999, p. 191) que no caso da transformação do tempo de ócio em negócio, entra em jogo o que Lefebvre (1976) chama

de emergência das novas raridades (a luz, o ar, o espaço e o tempo). O que antes era abundante torna-se raridade e entra no circuito das carências tão necessárias à economia política, por isso objeto de estratégias governamentais e privadas. Assim, o espaço passa a ser raridade, sobretudo, se acompanhado de atributos como “natural”, “verde”, “rural”, “conservado”.

No caso específico do Ceará (Brasil), até meados do século XX, a sua região costeira não era valorizada em termos de espaço urbano para o turismo. Apenas as atividades portuárias e de pesca artesanal ocupavam esse espaço, além das ocupações de residências e de atividades socialmente marginalizadas, como a boemia, o artesanato, e a cultura popular. Com a valorização do litoral e implantação de projetos financiados pelas agências financeiras internacionais e nacionais, a partir da década de 70, esse espaço foi redirecionado para o turismo. A partir da década de 80, a população local disputa palmo a palmo o espaço construído e urbanizado para o turismo, com os seus espaços residenciais para atividades econômicas, recreativas e esportivas. Entretanto, tudo isso passou e passa por intenso processo de luta, mediante relações de poder para redefinição desses espaços e redefinição de territórios.

As populações moradoras nas áreas litorâneas sustentam uma luta de resistência para permanecerem nesses lugares, apesar do avanço da especulação imobiliária, tendo o Estado como indutor de investimentos e da infra-estrutura implantada. Várias foram as favelas desmontadas e retiradas das dunas e lugares para serem direcionadas ao turismo, ao lazer e à moradia das classes mais favorecidas, quando aquelas são expulsas para áreas periféricas da Grande Fortaleza. O movimento dos moradores de bairros e favelas é testemunha de uma trajetória de deslocamentos compulsórios, seguidos de conflitos, às vezes armados e sangrentos, e as comunidades litorâneas cearenses também contam suas lutas com os especuladores imobiliários. A cada necessidade de modernização imposta pela reestruturação produtiva, sob influência do Estado, a orla marítima de Fortaleza especialmente e todo o litoral do Estado do Ceará passa por novos usos e apropriações.

Ao defender o turismo enquanto atividade de forte impacto sobre sua economia, e portanto, na geração

de riqueza, o Estado retira as populações historicamente assentadas nesses lugares, sob a desculpa de que estes lugares estão degradados e agredidos por ser ponto de prostitutas, vendedores e desocupados. A respeito dessas lutas mais recentes pela apropriação das áreas litorâneas de interesse turístico Silva, (2001, p. 37) posiciona-se criticamente quanto à desocupação de uma área nas imediações do Farol Novo, nas dunas da Praia do Futuro. Diz ele:

Se o Estado, através de medidas moralizantes, resolvesse buscar tudo o que é seu, teria que desocupar não só os lotes como este do Farol Novo deveria reaver porções imensas de nossa cidade, especialmente no litoral. Os ocupantes são certamente pessoas "ricas" e "respeitáveis". Ninguém mexe com elas. A cidade tem uma oferta considerável de imóveis vagos. Os pobres, alijados desse mercado, insistem na ocupação nas dunas e várzeas de nossa cidade, lugares únicos de possibilidade de abrigo

Os mais pobres criam alternativas de espaços de usos que cedem as forças de mercado quando são compulsoriamente deslocados. Essa experiência no Ceará tem levado grupos de moradores e comunidades a se organizarem para a defesa de seus territórios, elaborando contra ideologias, contra propostas de espaços e de turismo, ou espaços alternativos de moradia e de lazer e turismo, e este vem sendo chamado de turismo comunitário.

A revalorização do litoral para o lazer e o turismo, pela reestruturação capitalista, ampliou a disputa desse espaço para novos usos. O litoral passou a ser a principal mercadoria imobiliária, causando segregação das populações ditas nativas ou tradicionais, em face dos reordenamentos necessários à ocupação turística, que se apropriam dos melhores lugares, aqueles considerados mais belos e atrativos. O turismo instalou-se nessas localidades, constituindo núcleos receptivos de turismo para as agências de viagens e guias de turismo. Estes núcleos são preferidos hierarquicamente, conforme o nível da oferta turística que possuem, ou seja, os atrativos naturais e culturais, os serviços turísticos e a presença da estrutura de apoio. Quanto melhor a oferta, maior a demanda, ou preferência das agências de turismo, consequentemente, do turista. Muitos acreditam que a atividade foi introduzida nas comunidades como

alternativa de geração de emprego e renda. Daí por que aquelas não inseridas nos roteiros lutam para incluir-se e atrair visitantes que comprem seus produtos, degustem a comida típica local, adquiram o artesanato, usem a hospedagem e usufruam da natureza ou paisagem com as trilhas para passeio e deleite. A história do turismo nessas comunidades revela o abuso do poder no processo de especulação de suas terras para o lazer.

López (2001), estudando o turismo no México, mostra que esta atividade nos países ditos subdesenvolvidos obedece a relações de dependência com o Exterior, muito maior do que com determinantes das necessidades locais. Que existe forte pressão dos organismos financeiros internacionais para que os empréstimos concedidos ao México se destinem em grande parte ao setor terciário – como o turismo – com a finalidade de que exista uma plataforma na qual possam acionar os próprios capitais transnacionais; e que assim, de fato, o turismo não se propõe a apoiar as atividades econômicas do litoral mexicano, pois os diretamente beneficiados são os investidores estrangeiros. Lembra ainda López (2001) que o turismo no México não é uma atividade que possa ajudar a solucionar problemas estruturais do País, pelo contrário, a falta de apoio às atividades produtivas impede o desenvolvimento da agricultura, pecuária, pesca e indústria, pois a população prefere dirigir-se aos centros turísticos com a intenção de encontrar empregos nem sempre estáveis. Portanto, o que acontece no Ceará ou em outros pontos do litoral nordestino assemelha-se à realidade do México, porquanto o contexto econômico e político é similar em toda América Latina. No litoral cearense, muitos pescadores transformaram-se em vigias de segundas residências, garçons, jardineiros, não tendo havido significativa transformação da realidade social, nem estes empregos ajudaram a melhorar a pesca, a agricultura, mas a desativá-las e em muitos casos contribuíram ainda para poluir o litoral. Acrescenta Nieves (2005, p. 83) falando do imaginado desenvolvimento turístico nos países latinos americanos que:

"as maravilhas da modernização do turismo têm privilegiado uma zona "dourada", e hoteleira de espaços

fracionados privados e burgueses como a Marina Vallarta, Conchas Chinas e o chamado bairro gringo na costa mexicana, porém é verdade que a atividade turista não tem gerado condições para evitar o empobrecimento dos espaços sociais marginais. A internacionalização do turismo neste país tem trazido formidáveis ganhos econômicos para alguns setores da sociedade, ou seja, a riqueza que trás consigo a indústria do ócio só tem ajudado uma pequena parcela da população, podendo-se dizer que o desenvolvimento turístico tem criado ganhadores e perdedores e tem ocasionado mais danos que benefícios as comunidades pesqueiras daquele país.

Associando a gestão do litoral aos empreendimentos turísticos no litoral dos lugares periféricos, mostra Becker (1995, p. 5) que:

Como os estados não possuem ambientes sociais e culturais favoráveis, não houve outra saída senão investir na construção de uma forma de turismo segregado, que impede ao turista conhecer de fato o local de sua visita. Daí porque foram instalados parques temáticos, SPA's, resorts, hotéis de luxo, entre outros, que segregam a comunidade local do turista. Formou-se verdadeiros guetos de bem estar, onde a violência do meio circundante, a poluição das águas, o perigo de contaminação por ingestão de alimentos deteriorados ou de temperos exóticos e a baixa prostituição permanecem distantes do visitante.

Assim, muitos pequenos municípios, povoados e comunidades do Ceará, foram preteridos para o turismo, apesar de possuir atrativos naturais, por não oferecer a infra-estrutura necessária à implantação da atividade. Como a realidade social é dinâmica e dialética e vem mudando o perfil dos turistas, muitos deles passaram a ser mais conscientes e menos dóceis às imposições dos pacotes turísticos que direcionam para onde o turista vai e o que deve ver. Aliada a esse redirecionamento de uma parcela de turistas, está a vontade da comunidade de entrar na cadeia produtiva do turismo como alternativa de trabalho e complementação de renda. Pode-se dizer que há turistas para todos os segmentos e que surge uma demanda diferenciada com um tipo de turista que rejeita pacotes, que não aceita ser mais o *L'idiot du Voyage* (Urbain, 1993), não aceita as propagandas convencionais e busca o chamado turismo flexível, de qualidade, que exige respeito às diferenças individuais. Assim, se estrutura um novo mercado

turístico, onde alguns turistas querem interagir com os residentes do lugar que o acolhe, querem fazer amizades, conhecer as comunidades litorâneas, as aldeias primitivas, ou seja, querem ser um turista que interage com os anfitriões. Este turista ainda é minoria, mas algumas comunidades cearenses descobriram que esse nicho lhes interessa.

## CONCLUSÕES

O turismo faz parte da dinâmica atual da mundialização do capital, que cria territorialidades, como forma de responder às crises da acumulação global, envolvendo além do mercado, o Estado e a sociedade civil. Os territórios turísticos são a um só tempo o lugar das estratégias do capital, do espetáculo e embevecimento dos visitantes e da resistência de residentes. O turismo não é uma atividade sólida que possa resolver os problemas socioeconômicos dos países periféricos, embora faça promessas neste sentido. O turismo comunitário, contudo mostra indícios de novas formas e adaptações do turismo, como atividade capitalista, voltado mais ao homem do que ao capital e, sobretudo, demonstra que outro turismo é possível.

Conclui-se, portanto, que a produção do espaço é determinada por relações sócio espaciais e de poder. Que o direito à cidade e ao espaço continua sendo motivação para a luta de muitos no Ceará e que essas utopias só se concretizam quando parcelas da população nessas relações de poder fazem valer seus direitos, para se impor diante dos conflitos e contradições geradas pelo capitalismo, em suas novas formas expressas nos artefatos modernos, dentre eles os do turismo.

O turismo é uma atividade que implica o consumo dos espaços com diversidade de formas de utilização estruturantes de paisagens e de negócios e dá agilidade a processos dotados de grande capacidade de organização territorial. Os territórios são meios e produtos dessas relações de força e de poder que no turismo também se estabelecem de forma contraditória e articulada, criando regiões turísticas. O turismo é uma atividade produtiva mundial que interfere na organização desigual e combinada dos territórios, sendo absorvido de maneiras diferenciadas pelas culturas e modos de produção. Origina processos que concentram e distribuem renda,

aumentam e diminuem as formas de exploração dos trabalhadores, além de entrada e fuga das divisas. É uma atividade que, como as outras, necessita de controles dos governos e, sobretudo, da própria sociedade.

O turismo é uma atividade resultante do mundo do trabalho, da evolução do modo de vida da civilização, que, ao globalizar e tecnicizar, aproximou os lugares, agilitou os transportes e a comunicação, sofisticou os serviços e criou formas confortáveis e prazerosas de viver, de prazer e de entreter alguns poucos, pois o turismo, diferente do lazer local, é uma mercadoria cara, que tem ética burguesa.

## BIBLIOGRAFIA

- Becker, Bertha (1995) - Os impactos da Política Federal de Turismo sobre a Zona Costeira. M.M.A. e Amazônia Legal, Brasília.
- Carlos, Ana F. Alessandri. (1999) - "Novas" contradições do espaço. In: Damiani, A. L. et al. (orgs.), O Espaço no Fim do Século: a Nova Raridade, Contexto, São Paulo. ISBN: 8572441174
- Conti, José Bueno (1999) - A Geografia Física e as Relações Sociedade - Natureza no Mundo Tropical. In: Carlos, Ana Fani A. et al. (org) Novos Caminhos da Geografia. Editora Contexto, São Paulo. ISBN: 85-7244-106-9
- Chesnais, François (1996) - A Mundialização do Capital. Xamã Editora, São Paulo. ISBN: 8585833149
- SEMACE (s/d) - Superintendência Estadual do Meio Ambiente – Ceará. Municípios Litorâneos do Ceará. In: <http://www.semace.ce.gov.br/>. Acedido: Mar 2008.
- Lefebvre, Henri (1976) - La Production de L'Espace. Ed. Antropos, Paris. ISBN: 2717839542
- López, Álvaro (2001) - La Organización Territorial del Turismo de Playa de México: El caso de los Cabos. Ed. UNM, México.
- Martins, Sérgio (1999) - Crítica à economia política do espaço. In: Damiani, A. L. et al. (orgs.), O Espaço no Fim do Século: a Nova Raridade, Contexto, São Paulo. ISBN: 8572441174
- Moraes, A. C. Robert (2002) - Território e História no Brasil. Editora Hucitec, São Paulo. ISBN: 8574195472
- Muñoz, J. M. Barragán (1994) - Ordenación, Planificación y Gestión del Espacio Litoral. Oikos-Tau, Barcelona. ISBN: 978-84-281-0810-2.
- Nieves, Salvador Gómez (2005) - El Desarrollo Turístico Imaginado: Ensayos sobre un Destino Mexicano de Litoral. Ed. Universidad de Guadalajara, Mexico. ISBN: 970-27-065506
- Oliveira, Carlos Roberto (1999) - Introduzindo o Espaço do Ócio. In: Damiani, A. L. et al. (orgs.), O Espaço no Fim do Século: a Nova Raridade, Contexto, São Paulo. ISBN: 8572441174
- Santos, Milton (1982) - Espaço e Sociedade . 2ª Edição. Editora Vozes, Petrópolis. ISBN: 79060356
- Santos, Milton (1994) - Técnica Espaço Tempo. Editora Hucitec, São Paulo. ISBN: 8527102684
- Santos, Milton (2002) - O País Distorcido. Folha da Manhã - Publifolha, São Paulo, 224p. . ISBN: 85-7402-356-6.
- Silva, J. Borzacchiello da (2001) - Nas Trilhas da Cidade. Museu do Ceará, Secretaria de Cultura e Desportos, Fortaleza, 152p. ISBN: 85-88828-27-8.
- Urbain, Jean-Didier (1993) - L'Idiot du Voyage - Histoires de Touristes. Editions Payot & Rivages pour l'éditions de Poche, Paris. ISBN: 2-228-88716-1.