



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ – UFC
CENTRO DE CIÊNCIAS
MESTRADO EM GEOGRAFIA

**A COMPLEXIDADE DO LUGAR TURÍSTICO EM FORTALEZA:
UMA ANÁLISE DO BAIRRO PRAIA DE IRACEMA**

ANTONIO JOSÉ CASTELO BRANCO RIBEIRO
Orientando

PROF. DR. CHRISTIAN DENNYS MONTEIRO DE OLIVEIRA
Orientador

Fortaleza
2007

ANTONIO JOSÉ CASTELO BRANCO RIBEIRO

**A COMPLEXIDADE DO LUGAR TURÍSTICO EM FORTALEZA:
UMA ANÁLISE DO BAIRRO PRAIA DE IRACEMA**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Geografia da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Christian Dennys Monteiro de Oliveira

Fortaleza

2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ – UFC
MESTRADO EM GEOGRAFIA

Título do Trabalho: A complexidade do lugar turístico em Fortaleza: uma análise do bairro Praia de Iracema

Autor: Antonio José Castelo Branco Ribeiro

Defesa em:

Conceito obtido: _____

Banca Examinadora

Prof. Dr. Christian Dennys M. de Oliveira - UFC
Orientador

Prof. Dr. Eustógio Wanderley Correia Dantas

Profa. Dra. Luzia Neide Menezes Teixeira Coriolano – UECE

À minha amada, Fernanda Elisabeth de Lima, pelo seu companheirismo, compreensão e incentivo. À minha mãe Otacília Castelo Branco (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

Este trabalho tornou-se possível graças ao apoio efetivo das várias pessoas que, ao longo de minha vida, estiveram presentes, concordando e discordando das minhas decisões.

Primeiramente, agradeço à minha família pelo incentivo e dedicação durante toda a minha caminhada em especial, à minha mãe, Otacília Camilo Castelo Branco, sempre presente nos momentos mais difíceis de minha existência.

Ao meu orientador, Christian Dennys Monteiro de Oliveira, sempre solícito nas minhas reivindicações e sempre paciente às minhas faltas.

Ao programa de Mestrado de Geografia da UFC e a todos os docentes que, direta ou indiretamente, contribuíram para que eu concluísse este trabalho.

Aos colegas de Mestrado que, de forma fraternal, vivenciaram minhas limitações e avanços no curso.

Não posso deixar de lembrar dos meus amigos de jornada, Antonio Glaudenir Brasil Maia, Francisco José da Costa, Francisco Janilson Ferreira Lima e Francisco Cleiton da Rocha, que se tornaram verdadeiros companheiros nos momentos em que precisei de apoio e colaboração.

Agradeço à Fundação Cearense de Apoio à Pesquisa e ao Desenvolvimento Tecnológico (Funcap), pelo auxílio financeiro, muito importante para a conclusão do trabalho.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar os aspectos dos espaços turísticos em Fortaleza. O espaço de referência é o da Praia de Iracema, por destacar-se dentro do contexto turístico de nossa cidade. O estudo está compreendido na temporalidade de 1980 a 2007, período em que o turismo ganhou destaque na economia cearense. O trabalho foi realizado através de observações, leituras bibliográficas e entrevistas que possibilitaram a compreensão acerca das variáveis que são pertinentes ao bairro da Praia de Iracema. A pesquisa demonstrou que a compreensão dos aspectos sociais e espaciais do bairro vai além da compreensão da localidade, envolvendo questões temporais e espaciais. A paisagem “magnífica” que é veiculada pelos promotores do turismo está imbricada de elementos que se misturam em termos espaciais e se separam a nível social. A problemática que se apresenta na localidade de estudo é fruto de um processo global que atinge as mais longínquas partes do planeta, porém se apresenta com particularidades devido às especificidades de tais localidades e que, no bairro em estudo, essas particularidades são evidentes.

Palavras-chave: Complexidade; turismo; paisagem urbana; territorialidades; usos do solo.

ABSTRACT

The present study has the objective of analyzing some geographic aspects of Fortaleza city tourist spaces. The reference space is Praia de Iracema, chosen for its prominence in the tourist context of the indicated city. The study took as temporal interval from 1980 to 2007. This is the period in which the tourism activity gained prominence in the state of Ceará economy. The work was carried through observations, bibliographical materials review, and interviews. These procedures made possible the comprehension of the tourist variables that are pertinent to the quarter of Praia de Iracema. The research demonstrated that the understanding of the social and space aspects of the quarter goes beyond the understanding of the locality and that it involves temporal and space questions. The “magnificent” landscape that it is propagated by the promoters of the tourism is embedded of elements that get mixed in space terms and get separated in the social level. It was understood that the problems that took place in the study locality is fruit of a global process that reaches the most diverse parts of the planet. However, it is presented with particularities due to the specificity of such localities and that, in the quarter in of the study, these are well delineated particularities.

Keywords: Complexity; tourism; urban landscape; territorialities; soil uses.

LISTA DE FIGURAS E ILUSTRAÇÕES

QUADRO 1: Área da orla marítima do Município de Fortaleza.....	17
FIGURA 1: Localização de Fortaleza.....	16
FIGURA 2: Localização do bairro Praia de Iracema	17
FIGURA 3: Esquema do sistema turístico.....	43
FIGURA 4: Fotografia aérea da orla marítima de Fortaleza.....	67
FIGURA 5: Fotografia do aterro da Praia de Iracema.....	68
FIGURA 6: Lixo acumulado próximo à Ponte dos Ingleses.....	79
FOTO 7: Vendedores no calçadão da beira-mar	70
FOTO 8: Mapa básico do traçado das ruas do bairro Praia de Iracema	74
FIGURA 9: Água acumulada nas ruas.....	79
Figura 10: Equipamento comercial voltado para atender a população local da Praia de Iracema	81
FIGURA 11: Vestígios dos vários agentes usuários do solo urbano.....	82
FIGURA 12: Imagem de Fortaleza turística.....	82
FIGURA 13: Croqui do bairro, apontando os espaços turísticos e não-turísticos	84
FIGURA 14: Estabelecimento de conserto de sapatos e chaves.....	85
FIGURA 15: Espaço de lazer dos moradores do espaço não turístico do bairro	86
FIGURA 16: Placa informando a venda de din-din.....	87
FIGURA 17: Bar sem estrutura para atender às demandas turísticas.....	88

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Segmento da demanda turística, via Fortaleza – 1995/2002.....	66
TABELA 2: População residente por situação domiciliar, densidade demográfica e taxa de urbanização – 2000.....	75
TABELA 3: População residente nos bairros e em Fortaleza, por sexo e situação domiciliar 2000.....	75
TABELA 5: População residente, por grupos de idade da área de estudo e de Fortaleza - Ceará – 2000.....	76
TABELA 6: Rendimento do chefe em domicílios particulares permanentes.....	76

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNDES: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BID: Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNB: Banco do Nordeste
EMBRATUR: Empresa Brasileira de Turismo
FIC: Faculdade Integrada do Ceará
FMI: Fundo Monetário Internacional
Funcap: Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico
IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBT: Instituto Brasileiro de Turismo
MT: Ministério do Turismo
NAC: Náutico Atlético Cearense
OMT: Organização Mundial do Turismo
PDDU: Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano
PNT: Política Nacional do Turismo
PRODETUR/NE: Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste
PRODETURIS: Programa de Desenvolvimento do Turismo
Seinfra: Secretaria de Infra-estrutura
Semace: Secretaria do Meio Ambiente do Ceará
UECE: Universidade Estadual do Ceará
UFC: Universidade Federal do Ceará
UNIFOR: Universidade de Fortaleza

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. TURISMO, GEOGRAFIA E FORMAÇÃO DO LUGAR TURÍSTICO	19
1.1 Lugar turístico e os desdobramentos complexos.	24
1.2 Importância da atividade turística.....	31
1.3 Turismo e desenvolvimento econômico.....	33
1.4 Gestão do turismo no Brasil.....	38
1.5 Escalas regionais e desenvolvimento do lugar: o espaço turístico além do econômico.....	40
2. PLANEJAMENTO DO ESPAÇO TURÍSTICO EM FORTALEZA	44
2.1 Espaço e políticas de turismo.....	44
2.2 O papel do estado na promoção dos espaços turísticos.....	46
2.3 Planejamento turístico no Ceará.....	48
2.4 As ações do poder público para o turismo e o reflexo em Fortaleza.....	54
2.5 Gestão municipal e os problemas do espaço turístico em Fortaleza.....	58
2.6 A Complexidade do espaço turístico em Fortaleza.....	60
3. PRAIA DE IRACEMA: CONFIGURAÇÃO DOS CONTRASTES ESPACIAIS	72
3.1 Praia de Iracema, espaço privilegiado para o turismo em Fortaleza.....	77
3.2 A permanência dos aspectos do bairro residencial.....	80
3.3 Aspectos não-turísticos do bairro Praia de Iracema.....	83
CONSIDERAÇÕES FINAIS	90
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	99

INTRODUÇÃO

Os espaços turísticos são produzidos no sentido de atender às expectativas que os turistas têm de paraíso. Por essa razão, trabalha-se na intenção de tornar tais espaços um “Éden” completo. No entanto, se fizermos uma análise mais atenciosa, verificaremos que nestes espaços há toda uma complexidade, seja de ordem antropológica, econômica, histórica, ou tudo imbricado.

A compreensão dos aspectos que justificam a intensificação da ocupação dos bairros praianos de Fortaleza, tornando alguns deles locais privilegiados para o turismo, nas últimas décadas, tem evidente correspondência com a formação da cidade. É fundamental retomar a trajetória de desenvolvimento urbano da capital para esclarecer tais aspectos. Importa ressaltar que a atividade turística, além de criar estrutura, também se apropria das formas paisagísticas e dos equipamentos já existentes.

Entender como alguns espaços vão configurando-se urbanisticamente mais equipados, em detrimento dos outros dentro de uma mesma cidade, é explicado pelo processo histórico, social e econômico do próprio local. Fortaleza é um exemplo dessa dinâmica, haja vista a transformação por que passou seus espaços ao longo de sua formação. Por muito tempo, os bairros da orla marítima de Fortaleza eram lugares de concentração de parte da população menos favorecida economicamente. O bairro como Praia de Iracema, antiga Praia do Peixe, não fugia à regra, no entanto foi o primeiro a despertar cobiça por parte do segmento da sociedade abastada, como local de veraneio e posteriormente para o turismo.

A transformação da função urbana da Praia de Iracema não eliminou por completo as antigas práticas. O bairro ainda continua a ser lugar de um segmento da sociedade menos favorecido economicamente, e é este segmento, com seus usos e suas formas de fazer o espaço urbano, que torna a área complexa. O que é e o que não é turístico apresentam-se de forma bem delimitada, há um “apartheid” do turístico e do não-turístico no bairro Praia de Iracema.

Nesse sentido, pretendemos, com a realização deste trabalho, analisar a

complexidade do espaço turístico no bairro Praia de Iracema, lado Leste de Fortaleza; analisar também a configuração da paisagem com seus elementos que dão sustentação ao turístico, assim como os elementos do espaço criados pela própria população, que mora no bairro e não vivencia o turístico; identificar os múltiplos usos do espaço, que tornam o bairro não-turístico; analisar as territorializações existentes na área; verificar o que falam os turistas e residentes sobre a atividade turística do local e conhecer o histórico dos bairros.

Estruturação do trabalho

O primeiro capítulo versa sobre turismo, geografia e paisagem. Procuramos esclarecer as relações do turismo com a paisagem e a preocupação da geografia com o espaço turístico. Fazemos menção aos desdobramentos complexos do lugar turístico, enfatizamos a importância do turismo nos dias atuais e do seu papel para a promoção do desenvolvimento econômico local. Abordamos aspectos da gestão do turismo no Brasil, isto é, como se organiza a gestão por parte do poder público federal. Fazemos ainda um esclarecimento das escalas regionais e desenvolvimento do lugar: o espaço turístico além do econômico.

No segundo capítulo, abordamos os aportes preliminares do espaço turístico, enfatizando espaço e políticas de turismo, o papel do Estado na promoção dos locais turísticos, questões relativas à Praia de Iracema, o papel do Estado na promoção dos espaços turísticos do Ceará, os programas de desenvolvimento do turismo no Ceará e o reflexo na cidade Fortaleza, assim como a complexidade do espaço turístico em Fortaleza.

No terceiro capítulo, voltamos a abordar a Praia de Iracema na sua configuração espacial, a permanência dos antigos moradores dentro do contexto de local privilegiado para o turismo, sua não-interação com o espaço turístico da área e a socialização dentro dos limites do não-turístico no bairro.

No quarto capítulo, são feitas algumas considerações finais a respeito da problemática do bairro que, por muito tempo, serviu de símbolo para turismo em Fortaleza e no Ceará. O bairro, símbolo do turismo, não foi capaz de proporcionar

melhorias na qualidade de vida das famílias pertencentes à classe menos favorecida economicamente, evidenciando um aspecto de bairro periférico.

Procedimentos metodológicos

Os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa, como parte do esforço em compreender a realidade complexa, possibilitaram ao pesquisador impor certa ordem entre objetos e pessoas. Mesmo sabendo que, ao fim, esta tarefa não poderá ser apresentada como expressão completa da realidade, tentou-se buscar o significado dos fatos e das relações sociais em suas múltiplas formas. Ao apresentar os procedimentos de forma organizada, cada parte não pode ser compreendida sem a outra.

Mesmo que obedecida às ações racionais na pesquisa, ao finalizá-la foi notado que ela nunca poderá ser realizada como expressão *completa* da realidade; entretanto, buscou-se o significado dos fatos e das relações sociais em suas múltiplas formas, na sua posição de totalidade.

Propusemos apresentar este trabalho de forma organizada, porque sabemos que uma parte não pode ser compreendida sem a outra; contudo, tivemos consciência de que, ao realizar escolhas, ganha-se e, ao mesmo tempo, perdem-se aspectos da capacidade de compreensão em nossa análise.

O estudo da complexidade da orla marítima, a leste de Fortaleza (Praia de Iracema), consistiu no levantamento bibliográfico, na análise de documentos e na verificação das informações em campo, conforme escritos a seguir .

Levantamento bibliográfico

Desenvolveu-se uma avaliação sistemática de trabalhos científicos que foram realizados na área em estudo, não só pelo viés geográfico, mas também pela abordagem turística e áreas afins, tais como: a economia, a arquitetura, a geologia e tantas outras ciências, que fizeram algum levantamento da localidade em questão. Adotando esse procedimento, tivemos a intenção de poder contribuir com o

desenvolvimento da pesquisa.

Utilizamos também as bibliotecas: da Secretaria do Meio Ambiente do Estado do Ceará (SEMACE), que nos foi útil no sentido de fornecer informações a respeito das condições ambientais da área; da Universidade Federal do Ceará (UFC); da Universidade Estadual do Ceará (UECE); da Universidade de Fortaleza (UNIFOR) e da Faculdade Integrada do Ceará (FIC) que, com seus acervos de livros, periódicos e banco de teses, dissertações e monografias, foram importantes para nos fornecer uma noção dos trabalhos realizados, sobre a área em questão, e para a consulta desses, a fim de aprimorarmos as discussões acerca do lugar.

Realizamos consultas ao Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (IBAMA), Secretaria do Planejamento do Estado do Ceará (SEPLANCE), Junta Comercial do Estado do Ceará, entre outros locais, para obtenção de dados científicos sobre o tema da pesquisa e a área em estudo.

Análise documental

Esta fase da pesquisa consistiu na análise de documentos, artigos jornalísticos, fotografias, projetos para implantação de equipamentos na área, artigos científicos dos mais variados cursos que se propuseram estudar a orla de Fortaleza e a situação urbana da cidade ao longo de sua história, existentes em diversos organismos governamentais ou em acervos privados. Também foram examinadas as questões ligadas ao turismo e sua relação com os espaços, levando-se em conta os estudos já realizados em outros espaços, locais onde os mesmos serviram como alavanca do chamado “desenvolvimento”.

Selecionamos trabalhos, artigos jornalísticos, fotografias, projetos para implantação de equipamentos na área, artigos científicos, dissertações, que nos auxiliassem na compreensão da dinâmica turística da área em estudo.

Buscamos na Junta comercial do Ceará (órgão que contém todos os registros das atividades comerciais legais do estado) informações necessárias para o esclarecimento de algumas questões que nos inquietavam, principalmente no que

se refere às atividades comerciais situadas na área de estudo (Iracema).

Trabalho de campo

Para o desenvolvimento da etapa de campo, foram aplicadas entrevistas com pessoas que pudessem fornecer informações necessárias, tais como pesquisadores, habitantes e estudiosos da área. Também foi feito um ensaio fotográfico da área em estudo, no sentido de fazer uma observação da condição complexa na paisagem.

O roteiro de pesquisa foi elaborado ao longo do curso com o apoio da orientação, o que correspondeu a um recorte espacial (Praia de Iracema). Foi feito também um levantamento exploratório de como as populações locais estão vivendo e se relacionando com o meio ambiente. Partindo-se do pressuposto de que, só com uma observação atenta, poderemos chegar a uma interpretação mais abrangente sobre os desdobramentos dos espaços apropriados pelo turismo, temos consciência de que as considerações feitas ainda estarão longe do conhecimento da realidade, pois, como sabemos, a realidade no campo científico é algo inatingível. Porém, é a busca do inatingível que nos leva a alguns esclarecimentos mais precisos e menos mistificados.

Delimitação temporal

A dinâmica dos bairros turísticos da nossa cidade remete a um período recente, haja vista ter poucas décadas o processo de formação dos espaços turísticos¹ no Ceará. Os investimentos para o setor turístico intensificaram-se após a década de 1980. Por estarmos tratando dos desdobramentos do setor turístico na orla de Fortaleza (Praia de Iracema), o autor tomou como recorte temporal as décadas de 1980 a 2007, tendo em vista que nesse período acirrou-se a pressão nos moradores menos favorecidos economicamente na área.

¹ O autor se refere ao período em que o poder público estadual, em parceria com poder público federal, investiu em infra-estrutura turística no estado do Ceará.

Delimitação espacial da área de estudo.

O estado do Ceará está situado na Região Nordeste do Brasil, um pouco abaixo da linha do Equador, numa posição nitidamente tropical entre 2° 46'30" e 7°52'15" de latitude sul, e 37°14'54" e 41°24'45" de longitude ocidental. Faz limites ao sul com Pernambuco, ao norte com o Oceano Atlântico, a oeste com o Piauí e a leste com a Paraíba e o Rio Grande do Norte.



Figura1: Localização de Fortaleza.

Fonte: Prefeitura de Fortaleza (adaptação do autor).

Sua capital, Fortaleza, localiza-se numa planície na zona litorânea ao Norte do estado, ocupando uma área territorial de aproximadamente 314 km². Limita-se ao Norte com o Oceano Atlântico; a Leste com os municípios de Eusébio e Aquiraz; ao Sul com os municípios de Pacatuba e Itaitinga, e a Oeste com os municípios de Maracanaú e Caucaia. Sua posição geográfica está entre 3°30' e 4°30'S e 38°39' WGR. O nome da cidade de Fortaleza faz referência ao Forte Schoonenborch, construído pelos holandeses durante a ocupação no século XVII. A Região Metropolitana de Fortaleza tem cerca de 3.415.455 milhões de habitantes, sendo umas das cinco maiores áreas urbanas do Brasil.

O Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza (PDDU), em

seu artigo 101, classifica a área da orla marítima sendo contígua à área da faixa de praia que, por suas características de solo, aspectos paisagísticos, potencialidades turísticas e sua função na estrutura urbana, exige regulamentação específica.

a) trecho I - Praia da Barra do Ceará;
b) trecho II - Praia do Pirambu / Cristo Redentor;
c) trecho III - Praia da Av. Leste Oeste;
d) trecho IV - Praia do Poço da Draga;
e) trecho V - Praia de Iracema;
f) trecho VI - Praia do Meireles / Mucuripe;
g) trecho VII - Praia do late Clube;
h) trecho VIII - Praia da Área Industrial do Porto;
i) trecho IX - Praia do Futuro;
j) trecho X - Praia da Sabiaguaba.

Quadro 1: A área da faixa de praia da orla marítima do município de Fortaleza fica dividida em dez trechos:

Fonte: Art. 110 do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Fortaleza (PDDU).

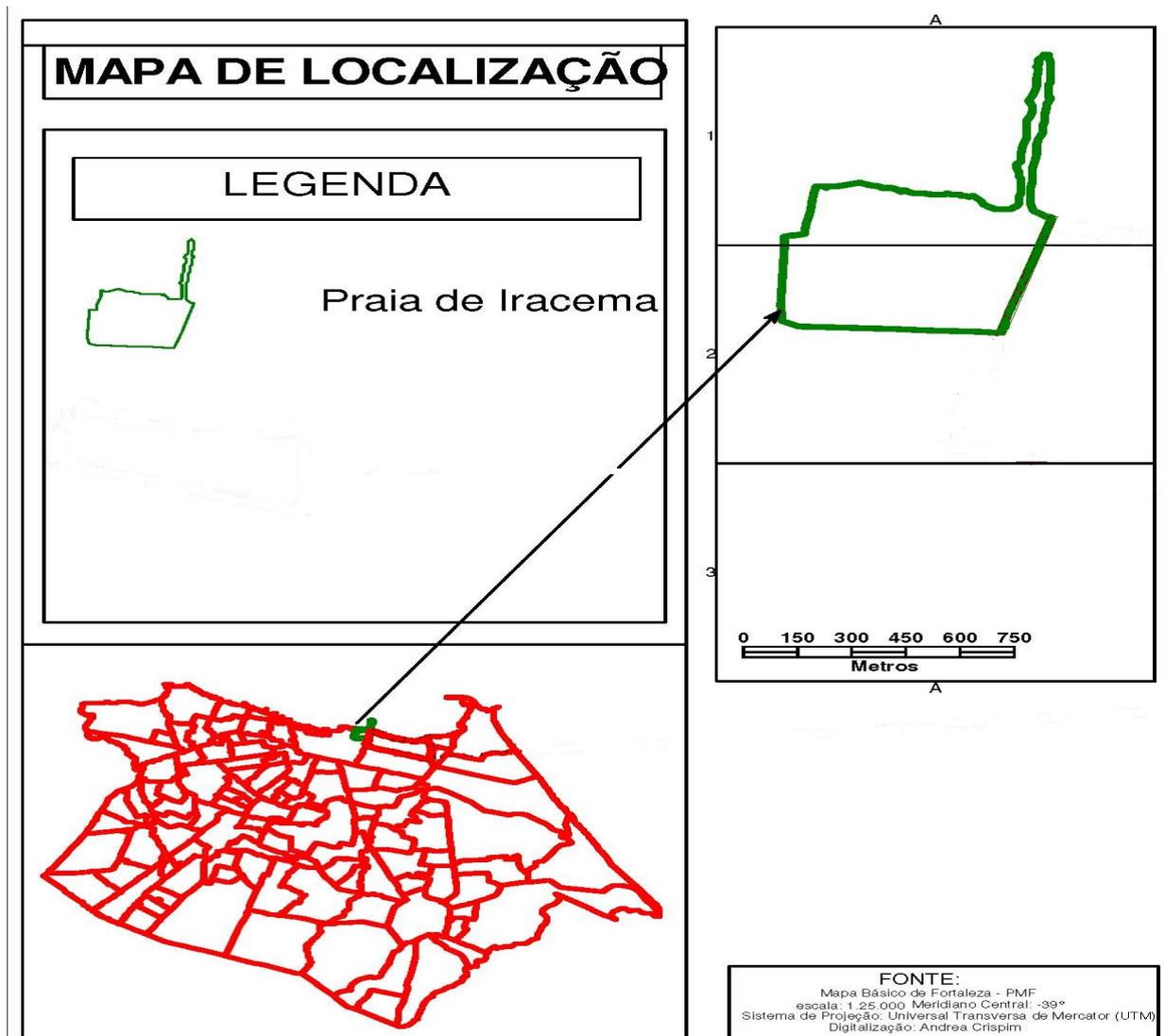


Figura 2: Localização do bairro Praia de Iracema.

Fonte: Sistema de Projeção: Universal Transversa de Mercator (UTM). Digitalização Andréia Crispim.

O bairro da Praia de Iracema está localizado no trecho III. Conforme o PDDU – Fortaleza, a área de interesse urbanístico da Praia de Iracema foi tratada em três setores de uso e ocupação do solo. Foram enfatizadas a preservação, a revitalização e a renovação da área com incentivos aos usos habitacionais, culturais, de lazer e de hotelaria. No aspecto relativo à preservação, buscou-se a manutenção do ambiente no tocante ao parcelamento do solo, à volumetria e às características das edificações e às relações entre o espaço edificado e o espaço não-edificado.

Art. 113. A área de interesse urbanístico da Praia de Iracema fica dividida em três setores de uso e ocupação do solo, sendo:

I - Setor 1, como área destinada à revitalização urbana com incentivo à implantação dos usos habitacional, cultural, de lazer e de hotelaria;

II - Setor 2, como área destinada à preservação urbana, envolvendo a manutenção do ambiente, no tocante ao parcelamento do solo, à volumetria e às características das edificações e às relações entre o espaço edificado e o espaço não-edificado;

III - Setor 3, como área destinada à renovação urbana com incentivo aos usos Habitacional e de Hotelaria. (PDDU, com redação dada pelo Art. 2º da Lei nº 7814, de 30 de outubro de 1995).

1. TURISMO, GEOGRAFIA E FORMAÇÃO DO LUGAR TURÍSTICO

A tentativa de entender a relação que o homem mantém com a natureza acompanha o desenvolvimento da Geografia desde a sua origem. O entendimento da localização dos homens, no desenvolvimento de suas atividades econômicas pela superfície da terra, há muito vem sendo feito. Tal distribuição segue uma lógica de variação no espaço e no tempo.

Os arranjos espaciais construídos pela sociedade humana caracterizam-se por um processo de mudanças nas formas de combinar os elementos sociais e naturais. A junção espaço/tempo é uma característica a ser analisada no âmbito da Geografia, que deverá passar pelo entendimento de como o homem reagiu e vem reagindo às influências que a natureza tem e teve sobre ele. Nesse sentido, a Geografia é responsável pela compreensão não somente do espaço, como o local de atuação da sociedade, mas também da variável temporal, que estampa um desenho diferenciado no decorrer do tempo e a cada evento geográfico.

Entender e classificar os eventos geográficos também variou no tempo, e as mudanças nas formas de interpretar o espaço e as distribuições espaciais determinaram conjuntos de procedimentos e de temáticas distintos. Isso justifica a aceitação das várias correntes do pensamento geográfico, ao longo da história desta ciência, e suas várias formas de conceituar os eventos de seu interesse.

As transformações que ocorreram no modo de pensar levaram a mudanças consideráveis na ciência, uma delas foi a interpretação segmentada por partes, ou seja, da análise geral para a particular. Cada campo de interesse passou por transformações variadas que, em nenhum momento, deixaram de acompanhar as mudanças gerais pelas quais passava a Geografia.

O interesse geográfico pelo estudo do *turismo* desenvolveu-se de forma bastante particular e alcançou um papel de destaque, e é fácil a compreensão do porquê. O turismo é uma atividade que cria e recria as configurações espaciais diversificadas, por isso o mesmo é parte integrante e fundamental da ciência geográfica. Estamos analisando e interpretando essas formas espaciais, que são

criadas e recriadas por ele, enfocando as estruturas e a reflexão sobre a organização e construção desses espaços através do turismo, como diz Rodrigues (1996).

Paisagem² e muitos conceitos da Geografia são utilizados no cotidiano das pessoas para significar várias designações, o que não impede de tornar-se um vocábulo à moda. Trata-se de uma destas noções utilizadas por um número sempre crescente de disciplinas que, muitas vezes, ainda se ignoram.

O termo paisagem tem vários significados, e as acepções disciplinares a ele relacionadas são tão vagas quanto variadas. Para a Geografia, paisagem, território, lugar, espaço e região são conceitos-chave, ou seja, conceitos capazes de fornecer unidade e identidade à ciência geográfica num contexto de afirmação da disciplina. A importância destes conceitos, ao longo da história do pensamento geográfico, tem sido variada, conforme afirma Castro (2004).

O entendimento da paisagem geográfica conheceu duas fases: no início do século XX, com a escola regionalista francesa quando a paisagem era capaz de fornecer boa carga de informação sobre a organização social nela compreendida; a outra fase, em meados do século XX, com o desenvolvimento dos transportes e meios de comunicação, da circulação de mercadorias e de capitais, o que fez com que a paisagem perdesse seus fundamentos locais, para refletir as relações das redes de economia e sua simbologia universalizante. Entendemos que uma medida econômica, que fica nos centros mundiais de decisão, pode modificar a paisagem situada a milhares de quilômetros, como afirma Yázigi (2002).

Depois de ser um tema central da Geografia, no início do século XX, o conceito de paisagem teve sua importância reduzida ao contexto de contestação, já que a geografia clássica passou, com a incorporação de outras bases epistemológicas, ao pensamento desta ciência, introduzindo as questões relacionadas ao positivismo lógico.

² Paisagem é um conjunto de fatores que podem ser naturais ou não. São determinados pela natureza, cultura, emoção e fatores sócio-econômicos do homem. Este termo é usado para caracterizar aspectos visuais e ambientes que podem ser naturais ou humanizados.

Esse conceito está novamente em debate, mas o problema de seu significado permanece em aberto. Segundo Castro (2002), retomada com a emergência de uma Nova Geografia Cultural, a discussão sobre paisagem passou a ser revestida de novos conteúdos, devido à ampliação dos horizontes explicativos da disciplina com a incorporação de noções como percepção, representação, imaginário e simbolismo. Castro (2004) ainda afirma que esta retomada da dimensão cultural no pensamento geográfico pode ser ampliada para o contexto do debate científico como um todo, no âmbito de revisão das questões que fundamentaram a modernidade.

Os elementos da paisagem não passaram a existir após o nascimento do homem, eles já estavam lá, mas só quando o homem prestou a atenção neles é que surgiu seu conceito. Apesar de muitos autores definirem paisagem como tudo aquilo que se vê, aqui gostaria de acrescentar que a paisagem é tudo o que se vê e também o que não se vê.

Segundo Castro (2004), o termo paisagem tem vários significados, e as acepções disciplinares a ele relacionadas são tão vagas, quanto variadas. Para a Geografia, paisagem, território, lugar, espaço e região são conceitos-chave, ou seja, conceitos capazes de fornecer unidade e identidade à ciência chamada Geografia num contexto de afirmação da disciplina, embora que a importância desses conceitos, ao longo da história do pensamento geográfico, tenha sido variada.

A combinação dos elementos visuais cria composições pelas quais é possível definir qualidades estéticas similares às que geralmente são usadas no mundo artístico, tais como: unidade, intensidade e variedade. Tais qualidades poderão contribuir para a diferenciação das unidades da paisagem visualizadas. Um ou vários componentes da paisagem podem adquirir um grande peso específico no conjunto da cena, sob condições especiais de singularidade associada à escassez, raridade, valor estético, interesse histórico etc., ou quando domina totalmente a cena, Pires (1993).

Vários são os tipos de paisagens nos mais diversos espaços da Terra,

pois esses se formam a partir de processos naturais, humanos e combinação do humano-natural em tempos recentes e históricos, por pressões antrópicas, clima, variação de luzes, configurações geográficas e dinâmicas da própria natureza.

A paisagem não é a simples adição de elementos geográficos contraditórios. É, numa determinada porção do espaço, o resultado da combinação dinâmica, portanto instável, de elementos físicos, biológicos e antrópicos que, reagindo dialeticamente, uns sobre os outros, fazem dela um conjunto único e indissociável, em perpétua evolução, segundo afirma Bertrand (1971).

Outro aspecto importante da paisagem refere-se às condições de visibilidade do observador no momento da observação. A distância, a posição do observador, as condições do tempo, a iluminação, entre outros fatores como a permanência da observação, a duração, o movimento do observador, determinarão a profundidade e o detalhamento da observação paisagística.

Por muito tempo, a paisagem foi tema central da Geografia. Nas décadas de 1970 a 1980, ela deixou de ter tanta importância. Na atualidade, ela reaparece, mas o problema de seu significado permanece em aberto. Retomada pela Geografia Cultural, a discussão é revestida de novos conteúdos, resultantes da ampliação dos horizontes explicativos da disciplina pela incorporação de noções como percepção, representação, imaginário e simbolismo, segundo relata Castro (2002).

Creio que essa retomada veio com a ampliação dos espaços globalizados, onde é possível a verificação de pontos cada vez mais distantes, sem sequer sairmos de nossas residências. Além disso, o turismo tem a paisagem como um elemento imprescindível e responsável para o seu desenvolvimento e impulso.

É óbvio que a paisagem não é o fator único que define sobre as decisões de uma pessoa que quer viajar, porém é um dos muitos recursos mobilizados pelas atividades econômicas ligadas ao turismo. Essa mobilidade ou a valorização da paisagem, segundo Castro (2002), é possível em função do conteúdo simbólico prévio do qual ela se encontra revestida.

A paisagem é fundamentalmente imagem e sua utilidade como atrativo

publicitário é evidente. A utilização das imagens propiciadas pelas paisagens, pelos panoramas, como recursos turísticos eficientes, decorre também do que elas evocam e de quem as recebe, e não apenas do resultado do estímulo provocado por uma publicidade competente.

Um dos objetos de estudo da Geografia são os lugares, a diversidade de espaços terrestres. Esses se constituem em outro processo relacionado ao turismo, ou seja, ambos sustentam-se na diversidade das culturas e no fenômeno social. Na atualidade, estamos acompanhando uma “generalização” de valores ambientais “uniformizados” por produtos de consumo e um discurso avançado nas formas de fazer o turismo.

A atividade turística adapta-se ao contexto de valorizar as “belezas paradisíacas” produzidas pela natureza, especialmente em regiões pouco habitadas e de difícil acesso. O turismo, através de seus patrocinadores, utilizou-se do caráter descritivo dos lugares utilizados pela Geografia, para melhorar os espaços de seu desenvolvimento. Esses espaços deixaram de ser puramente o primeiro espaço³ e passaram a contemplar os cenários criados pelo homem, não só na atualidade como também os criados anteriormente, como as construções antigas ou monumentos históricos. Dessa forma, são criados roteiros onde os diversos conjuntos arquitetônicos adquirem importância semelhante aos ambientes naturais, uma vez que ambos são produtos de uma temporalidade.

Adiciona-se a isso a profissionalização das atividades e a crescente exigência dos visitantes, que refletiram sobre a necessidade de mudança também nos aspectos fisionômicos dos centros urbanos, especialmente, no que se refere à infra-estrutura (transporte, hospedagem, alimentação, etc) e equipamentos (objetos criados e/ ou adaptados para o turismo, como é o caso do trem com leito e do navio a vapor). Isso resulta na criação das primeiras zonas ou paisagens planejadas para o desenvolvimento da atividade turística, segundo Oliveira (2001).

O sentido de real, o vivido, ocorre diferentemente em cada ser humano. Este elabora seleções pessoais, julgamentos de valor de acordo com a análise

³ Primeiro espaço é um conceito utilizado por Manoel Correia de Andrade (1984) para designar o espaço ainda não tocado pelo homem no desenvolvimento de suas atividades econômicas.

individual da sua percepção. Essa análise, por sua vez, sofre influências sociais, culturais, ambientais, emocionais, conforme o tipo de uso da paisagem para cada pessoa.

Cada pessoa tem um julgamento de valor diferente ao se deparar com uma determinada paisagem. Esta, como representação, resulta da apreensão do olhar do indivíduo que, por sua vez, é condicionado por filtros fisiológicos, psicológicos, socioculturais e econômicos, além da esfera da rememoração e da lembrança recorrente, como afirma Gomes (2001).

Através desta análise, podemos dizer que, para cada observador, a paisagem tem um sentido, seja de contemplação, utilitarista, estética e até mesmo indiferente. O tema é complexo e sujeito a ambigüidades e a polêmicas, portanto buscamos abordá-lo em recortes bem precisos, com o objetivo de discutir a importância e os limites que a paisagem tem assumido, nas últimas décadas, como um recurso para as atividades econômicas ligadas à prática do turismo, conforme diz Castro (2002).

Das particularidades da paisagem vem o termo “lugar”, que em seu sentido geral significa uma porção ou parte do espaço terrestre, uma vez que o espaço é constituído por diferentes lugares que formam a paisagem geográfica. “Lugares têm paisagem, e paisagens e espaços têm lugares. O lugar talvez seja o mais fundamental dos três, porque focaliza espaço e paisagem em torno das intenções e experiências humanas” (RELPH, 1976, p.14).

Como parte do espaço, o lugar é ocupado por sociedades que ali habitam e estabelecem laços, tanto no âmbito afetivo como também nas relações de sobrevivência e, fundamentalmente, no estudo da Geografia.

1.1 Lugar turístico e os desdobramentos complexos.

Falar sobre a valorização de alguns locais em detrimento de outros, leva-nos a uma análise da discussão sobre a natureza geográfica da atividade turística,

para tentar demonstrar como ela encontra-se intrinsecamente ligada ao espaço. Este constitui a base do tipo de atividade econômica, que está voltada para o consumo da sociedade pós-moderna. Por sua vez, essa sociedade fica cada vez mais exigente em relação aos serviços.

Em meados do século XX, na perspectiva dos problemas que a humanidade plantou, parece oportuno e necessário analisar o feito turístico. Fundamentalmente, em função da amplitude que tomou, desde a concessão aos trabalhadores do direito às férias pagas, o turismo deixou de ser restrito às classes mais favorecidas e passou a ser um prazer para as massas. Com isso, modificou-se a vida no âmbito social e econômico.

A partir da metade do século XX, o turismo transformou-se em um dos setores mais importantes da atividade econômica dos estados. Isso põe em jogo numerosas inversões de capital no âmbito dos trabalhos públicos, construção, transportes, serviços etc. Mobiliza, dessa forma, em todo o mundo centenas e milhares de empresas e organizações de qualquer tamanho, desde pequenas agências de viagens até cadeias internacionais de grandes hotéis de luxo.

A expansão do turismo seguiu evidentemente com o desenvolvimento econômico e industrial das nações, mas o simples crescimento econômico não explica tudo. O turismo não se desenvolvia até que uma medida social, as férias pagas, alcançasse, a partir dos anos trinta, toda a população dos países industrializados. Para Cooper (2001, p. 100), depois da Segunda Guerra, “o turismo nacional e internacional, inclusive, reagiu muito melhor em períodos de crises que outros numerosos setores da economia”. O mesmo fato do crescimento e do desenvolvimento já parece não depender, na atualidade, somente da elevação do nível de vida, mas também da elevação dos modos de vida.

As pessoas, em sua maioria, vivem nas grandes cidades, constituindo-se em uma sociedade urbana e, portanto, não tendo muito contato com o espaço natural. A cada dia fica mais restrito esse espaço, e a sociedade procura, a partir de seu tempo livre, buscá-lo.

Viajar com o intuito de sair da rotina e/ou do "stress" para outros lugares, dotados de beleza natural cênica ou paisagística ou ainda poder usufruir a cultura de outros povos é algo presente na sociedade industrial⁴.

Surge, então, a valorização de alguns espaços dotados de elementos naturais e, de acordo com esse contexto, o litoral destaca-se devido ao conjunto de atrativos naturais, dentre eles podemos destacar a praia, o mar e o vento, além dos povos que os vivenciam e passam a servir de atrativos culturais.

Vêm-se, então, conjugados todos os fatores que impulsionaram o crescimento do turismo às propagandas feitas no sentido de torná-lo um prazer extraordinário, levando, assim, as pessoas a adotá-lo como um desejo em que esforços não devem ser medidos no sentido de satisfazê-lo.

Esse desejo acontece nas cidades litorâneas como Fortaleza e outras capitais, que mantêm contato direto com o mar, em frente o qual a classe mais abastada possui uma segunda residência: quando afastado da cidade; ou moradia, quando numa faixa valorizada da cidade. O litoral é o local privilegiado para instalação de opção de lazer.

Essa é a maior prova de que essa "sociedade de consumo dirigido", como afirma Lefebvre (1999), possui suas preferências, mas que, acima de tudo, os gostos e os desejos são criados com a intenção de incentivar o consumo de produtos ou de serviços.

O conceito de turismo, nessa nova era, é bastante polêmico devido à sua complexidade. É verificado em várias modalidades que vão desde o turismo rural, passando pelo religioso, de aventura e até o de negócios. Esta atividade é desenvolvida como um todo, ou seja, não apenas para o lazer, mas para uma série de necessidades as quais nossa sociedade demanda.

Fayos-Sola (1996) ressalta três características dessa nova era do turismo, que são: a supersegmentação da demanda, tornando-o uma atividade complexa; a

⁴ Sociedade industrial a qual o autor se refere, é a sociedade que vive nos centros urbanos.

flexibilidade na organização, na produção e na distribuição; e, por fim, a integração diagonal, ou seja, a competição não apenas em um ramo de atividade.

A manutenção da qualidade de vida e de saúde, a prática de caminhadas ecológicas, o desenvolvimento das artes, a partir da contemplação, o desenvolvimento profissional de fotografias paisagísticas são alguns exemplos de como as pessoas adeptas ao turismo podem deixar de lado suas atividades rotineiras e incorporar novas práticas e valores, mesmo dentro do espaço urbano. Analisando por essa vertente, os gestores públicos tomaram algumas iniciativas, no sentido de desenvolver atividades nos seus domínios territoriais, voltadas para essa finalidade, como forma de responder aos anseios da população e de ressaltar sua preocupação, mesmo que de forma ideológica, em detrimento da real necessidade.

Diferente de outras atividades de lazer, desenvolvidas dentro do espaço urbano, como visitas aos shoppings center, passeios pelos logradouros públicos da cidade, feiras, centros culturais etc., essa prática demanda custos, às vezes, elevados, sem contar que requer disponibilidade de tempo livre por um período mais longo.

Inicialmente, a atividade turística era praticada somente pelas classes mais abastadas, porém, com o tempo, o mercado foi absorvendo uma parcela cada vez maior da população de classes diferentes. Hoje, há um variado número de pacotes, acessíveis a todas as classes, e formas de pagamentos que contribuem para que todos possam, de vez em quando, empreender uma viagem. Isso só foi possível graças ao desenvolvimento de técnicas, voltadas para os meios de transporte e de comunicação de massa, infra-estrutura rodoviária e aeroportuária, criação de meios de hospedagem, bem como de outros equipamentos auxiliares que estão inseridos no processo.

As transformações que se processam afetam a estrutura da cidade e a vida das pessoas que fazem parte dela, uma vez que os equipamentos urbanos criados geram "externalidades", tanto positivas quanto negativas. Para aludir a um exemplo, basta ver o que acontece em Fortaleza com o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura. Segundo seu projetista, o objetivo inicial era, através desse

equipamento, promover a sociabilidade dos fortalezenses, mas que devido à sua aparência e dimensão, segundo Gondim (2001), em sua análise sobre a temática, esse espaço acabou afastando as classes de baixa renda.

Outros exemplos poderiam ser ressaltados como forma de reforçar essa idéia de construção de equipamentos, voltados ao usufruto da população local, bem como dos turistas que aqui chegam, como é o caso da Ponte dos Ingleses e também o da orla marítima.

Uma localidade deve apresentar alguma peculiaridade para tornar-se objeto de desejo e consumo, mesmo que esse espaço não possua elementos naturais, considerados a base da atividade, como é o caso específico de São Paulo. Essa cidade hoje é referência no país em relação ao turismo de negócios, devido à intensa infra-estrutura de hotéis, centro de pesquisas, instituições público-privadas de renome nacional, que estão localizadas naquele estado.

Minas Gerais, por exemplo, é outro caso onde há o predomínio da atividade turística, que se realiza não só a partir dos elementos naturais, mas, primeiramente, a partir da história, da arquitetura, da religião e da cultura. Isso demonstra que os atrativos naturais não são os únicos nessa nova era do turismo, que demanda mão-de-obra especializada, inovação, cooperação ou agrupamento. Observamos que, segundo Haebtsbaert (1999), mesmo com o fenômeno da globalização, que tenta igualar todos os lugares, todas as pessoas e gostos, existe o turismo capaz de diferenciá-los, de tal forma que estimule nas pessoas um maior interesse pelas singularidades do espaço.

Essas novas características assumidas pela atividade turística, no contexto da globalização, exigem novos requisitos de competitividade para tal segmento, dentre eles os conteúdos dos espaços. Esses resultarão em um aumento da oferta de produtos, que refletirá diretamente na competição entre as cidades que se dizem turísticas e com capacidade de receber, com qualidade e comodidade, os seus turistas.

A acelerada expansão do turismo está relacionada com a crise da economia mundial, que provocou uma reestruturação produtiva, sendo necessário o

desenvolvimento da atividade turística para movimentar a economia, gerar emprego e renda, ocorrendo através de novos postos de trabalho, tais como: o de guia, intérprete, recepcionista, turismólogo, operador, enfim, através de uma série de novas ocupações.

Diante da dimensão que tomou o turismo, os estados tornaram-se cada vez mais atentos no sentido de participar ativamente deste setor, dando uma dinâmica à economia. Nesse sentido, o planejamento toma um novo impulso e os espaços agora serão criados para atender às demandas do turismo. Entretanto, a infra-estrutura é executada sem levar em conta os interesses da população local. Em nome do desenvolvimento, as peculiaridades dos menos favorecidos economicamente não têm importância alguma.

Há a afirmativa de que o Brasil participa ativamente de uma boa parte do mercado turístico mundial, no entanto, tal afirmativa não se sustenta diante de uma simples análise. Para demonstrar esta idéia recorreremos a Cooper (2001, p, 44):

[...] os países desenvolvidos como sendo os maiores geradores e/ou receptores de turistas, dentre eles França, Alemanha, Itália, Espanha, Reino Unido, Japão e EUA. Observa que a diferença em percentual, entre os maiores países geradores e receptores (os desenvolvidos) é pequena, 50% contra 40 a 45% respectivamente mostrando que o turismo não parece ter um desempenho importante como um distribuidor mundial de renda, no caso entre esse grupo de países formados pelas potências econômicas. Já entre estes e os países em desenvolvimento verifica-se o contrário (70% contra 20% respectivamente).

Os recursos naturais e culturais que, segundo Fonseca (2005), são considerados geralmente a base, somada aos serviços e equipamentos, resultam no produto turístico, caracterizado por ser o conjunto de produtos específicos. Tais recursos podem repercutir de forma negativa, a partir do momento que poluem ou degradam o ambiente ou, ainda, descaracterizam a cultura e hábitos das comunidades tradicionais, sendo, portanto, necessária a interferência do poder público, em parceria com o setor privado, como forma de evitar esses problemas.

Verificamos que empresas turísticas, apesar da busca desesperada por lucros, não podem deixar de dar uma atenção à questão ambiental, à questão da cultura e do patrimônio histórico e cultural, por observarem a inviabilidade prática da

atividade, sendo, entretanto, importante ressaltar os conhecimentos relativos à educação ambiental, ao ecoturismo e à cidadania.

Às vezes, a expansão da atividade turística tem ocasionado a destruição dos próprios recursos (tidos como não-comercializáveis) o que torna o lugar turístico deteriorado, ou seja, fruto da perda da função turística, dos serviços e equipamentos (comercializáveis), uma vez que esta expansão deixa de ter utilidade, a partir do momento em que a base de sustentação deixa de existir. Conclui-se com isso que o meio físico deve ser preservado.

Os locais que desempenham funções turísticas requerem um planejamento numa perspectiva global, ou seja, extrapolar o local e considerar a escala regional, pois os problemas, às vezes, percorrem longas distâncias a partir do foco de sua ocorrência. O poder público como gestor e regulador do uso e ocupação do solo, que tem interesse nos diversos agentes econômicos e sociais conflituosos entre si, aparece ou deveria aparecer com a finalidade de resolver os impasses, procurando desenvolver soluções e não ficar dependendo de decisões, que deveriam partir dele.

Esse mesmo poder público utiliza instrumentos para regular o uso através da aplicação de impostos ou multas sobre atividade contaminadora, subvenções a empresas que respeitam o meio ambiente, concessão de certificados e premiações, regulando a utilização do solo, principalmente, em regiões que apresentam fragilidade ambiental e assumindo propriedade pública dos bens.

É necessário mencionar a integração entre os diferentes níveis de atuação governamental, ou seja, entre as esferas: federal (responsável pela política macroeconômica e promoção do país no exterior), estadual (adequar a política nacional à estadual e à promoção do estado no país e também no exterior) e local ou municipal (com a finalidade de gerir o território) através de seus diversos órgãos e secretarias competentes.

Tratando-se do Ceará, o poder público estadual, em parceria com o federal, elaborou um planejamento de modo a transformar um “espaço de secas” em

lugar de “praias maravilhosas de águas límpidas”, e isto foi possível graças ao poder da mídia televisiva e do capital público e privado. A postura do governo do estado em relação ao turismo foi dar um tratamento diferenciado para essa atividade em detrimento de outras, como foi o caso da cotonicultura e da criação de animais no setor primário, na qual se ocupava boa parte da população do campo.

1.2 Importância da atividade turística

A necessidade de locomoção do homem, seja para fins de lazer ou de exploração dos seus conhecimentos, parece ser tão antiga quanto à própria história da humanidade. Quanto ao turismo, alguns estudiosos do assunto apontam que o nascimento deste, como atividade organizada, só ocorreu no século XIX, e somente no século XX, em meados dos anos 70, que o turismo projetou-se como uma das mais importantes indústrias do mundo moderno.

Leituras realizadas apontaram que o turismo começou a crescer logo depois da Segunda Guerra Mundial, e argumentos não faltam sobre o que motivou esse crescimento, principalmente a idéia de que os estadunidenses das classes mais abastadas tiveram a curiosidade de conhecer a Europa após a sua destruição.

Com a explosão do turismo de massa, cada vez mais visível a partir de 1950, buscou-se nova modalidade, pois as viagens tinham sempre uma motivação. Assim, quem não gostasse simplesmente de um atrativo, poderia ser encantado por outros, o que não se podia era deixar faltar o desejo pela viagem.

Praias, tesouros artísticos e espetáculos, assim como comodidade e descanso, também passaram a figurar entre os objetivos buscados pelos turistas. Afirmativas outras apontavam que a explosão do turismo foi possibilitada pela elevação dos níveis de renda de uma parcela da população, pela redução da jornada de trabalho e pela redução do custo relativo das viagens aéreas. Além do que as melhorias dos meios de transporte, junto com o surgimento do automóvel e do avião também foram apontadas como importantes segundo levantamento feito.

Sem tergiversar sobre o que levou ao aumento significativo do turismo, a verdade é que, segundo a OMT, em 2001, esse segmento da economia movimentava mais de US\$ 3,5 trilhões, (três trilhões e meio de dólares) anualmente, além de ser considerado por vários órgãos de pesquisa como um dos ramos de atividade comercial que mais cresce no mundo. Calcula-se que mais de 180 (cento e oitenta) milhões de pessoas vivam direta ou indiretamente dessa atividade.

Apesar disso, os pontos de atração turística sofrem uma evidente deterioração das condições do lugar, tanto de ordem ambiental, como de conservação dos parques naturais, das praias e das áreas urbanas, como através da fragmentação de alguns outros setores da economia local. Isso tem causado uma inquietação por parte dos estudiosos do assunto.

A produção de mercadorias e serviços turísticos requer o comprometimento dos recursos que, em outro caso, poderiam estar sendo utilizados para outros propósitos. Torna-se evidente tal afirmativa, quando analisamos os gastos dos governantes com as políticas de fomento ao turismo. Os meios de comunicação veiculam as mais belas propagandas, sem contar os investimentos feitos diretamente em infra-estrutura para tal atividade.

Todos os esforços voltados para o turismo acabam com a atenção de outros setores da economia que, de forma lenta, vão sendo deteriorados. Tal fato pode ser confirmado com o pensamento de Cooper (2001, p. 33) ao afirmar que “a substituição de uma forma de despesa e atividade econômica por outra no desenvolvimento turístico é chamada de efeito deslocamento”.

O efeito deverá ser levado em conta quando o impacto do turismo for avaliado. O deslocamento poderá aparecer assim que o desenvolvimento turístico acontecer à custa de outras indústrias e, geralmente, quando for considerado como sendo o custo de oportunidade do empreendimento. Isso se aplica no momento em que um novo empreendimento turístico pode retirar renda das estruturas já existentes.

Além disso, as cidades turísticas passam por um processo de “requalificação” para melhor desempenhar seus papéis. Suas estruturas urbanas

são alteradas na medida em que os equipamentos vão sendo implantados, e isso fica evidente, dentro do contexto do turismo, quando o principal produto de consumo é o lugar, evidenciado nas palavras de Luchiari (apud Mullins, 2000) ao afirmar que as cidades turísticas representam uma nova e extraordinária forma de urbanização, porque são organizadas não para a produção, como foram as cidades industriais, mas para o consumo de bens, serviços e paisagens.

Enquanto – desde a revolução industrial – as cidades eram construídas para a produção e para as necessidades básicas, as cidades turísticas erguem-se unicamente voltadas para o consumo e para o lazer. Esse é um dos motivos que levaram alguns autores a considerar as cidades turísticas como um exemplo expressivo de “cidade pós-moderna”.

1.3 Turismo e desenvolvimento econômico

O mundo vem sendo tomado pela idéia de desenvolvimento. As sociedades mais avançadas tecnologicamente pregaram uma nova forma de pensar e de viver, forma essa que busca levantar interesse por seus produtos e serviços a todas as nações do planeta.

Os diversos subsídios do estado e doações às grandes empresas, ao invés de estimularem a criação de empregos, são rotineiramente usados por elas para financiar suas fusões, introduzir tecnologia, a fim de economizar mão-de-obra e transferir a produção para o Terceiro Mundo.

Diante de um mundo onde as oportunidades de emprego ficam cada vez mais escassas, toda e qualquer forma de agregar o homem ao sistema produtivo é bem vista pela sociedade, seja por parte dos membros que necessitam diretamente ser agregados, seja dos que estão reproduzindo o discurso dos quem tem “voz”, e, por conseguinte, tem “vez”.

É por essa vertente que o turismo torna-se um dos instrumentos mais importantes em termos de impulso da economia nos diversos países. Em muitos

deles, os investimentos em tal atividade alcançam uma grande cifra o que, segundo os gestores públicos, produz o crescimento econômico-social da região, possibilitando, assim, geração de empregos e uma distribuição de renda mais justa.

Não queremos aqui desmerecer o papel do turismo no processo fomento ao desenvolvimento econômico, porém a afirmação acima merece ser questionada, já que nem sempre os benefícios do turismo aparecem em todas as localidades e para a maioria da população local. É sabido também que os principais investimentos na atividade, nos últimos anos, são de grupos multinacionais e, conseqüentemente, são eles quem mais obtêm benefícios do setor.

Ainda no tocante aos aspectos econômico-sociais do turismo, tem ficado cada vez mais evidente que a utilização da força de trabalho local é aproveitada, fato que gera renda na localidade. O que não é dito é que as pessoas da localidade que se ocupam com o turismo nem sempre são qualificadas e acabam por desenvolver as tarefas mais insignificantes do setor, portanto, recebendo os menores salários.

Cabe ainda a observação de que a informalidade é praxe, sendo óbvio que a grande maioria das ocupações são temporárias. Com isso, o turismo contribui pouco para a diminuição da concentração de renda, confrontando-nos, assim, com diversos autores que o citam como fator multiplicador de renda para a comunidade.

Lembramo-nos do professor de economia Shossudovisck (1999, p. 45) ao afirmar que “os investimentos feitos por parte do estado e dos empresários, para transformar a base produtiva, em nenhum lugar do mundo, não serviram verdadeiramente para a melhoria da qualidade de vida dos que nada têm além da força de trabalho”. O que aconteceu foi o desvio de suas atividades que, de imediato, parecia benéfico, mas posteriormente as pessoas se viram alijadas do processo produtivo, seja pelo novo setor não atender à demanda, seja por suas antigas funções já não mais encontrar significância no novo processo.

Souza (1978, p.65) afirma que “desenvolvimento não deve ser entendido como sinônimo de desenvolvimento econômico”. Desenvolvimento econômico, para o autor, é o binômio formado pelo crescimento econômico (mensurável por meio do

crescimento do PIB) e pela modernização tecnológica.

O chamado "milagre econômico", no Brasil da década de 70, demonstrou que o crescimento econômico pode ocorrer sem que haja melhoria no quadro de concentração de renda ou nos indicadores sociais. Ainda, segundo SOUZA (1978, p.68), "desenvolvimento deve designar um processo de superação de problemas sociais, em cujo âmbito uma sociedade se torna, para seus membros, mais justa e legítima".

O que temos percebido é que a abordagem de desenvolvimento econômico causado pelo turismo leva em conta apenas o valor em moeda que é aplicado em uma determinada localidade turística, o que realmente é significativo, mas falar de desenvolvimento econômico não é tão fácil, haja vista que precisamos de um conjunto de variáveis complexas para se chegar a tal desenvolvimento.

Tudo isso por que não podemos falar em desenvolvimento econômico sem falar em desenvolvimento social, urbanístico, educacional, sem entrar nos subterfúgios do conceito, senão chegaremos a reforçar a idéia de Mandel (1985) de que tal conceito serve apenas para abrir os horizontes.

Para Coriolano (2003), o desenvolvimento está associado à idéia das nações pobres superarem a pobreza, é uma idéia que está na cabeça de todas as pessoas, desde o presidente até o cidadão comum, porque todos nós queremos desenvolver-nos e ver nosso lugar desenvolvido.

O desenvolvimento é um tema moderno, já que ele só apareceu depois da Segunda Guerra Mundial. Até então, não se falava em desenvolvimento, falava-se em nação rica e em nação pobre, em nação ocidental e em nação oriental. O desenvolvimento é uma das ideologias que mais tem influenciado o pensamento econômico, social e político. A partir da idéia de evolução, progresso e modernidade, foram sendo inseridas novas idéias, modelos e representações ao desenvolvimento.

Este conceito, como diz Coriolano (2003), é tão complexo que se torna impossível falar nele sem remeter a categorias antagônicas, como território e

desterritorialização, local e global, pobreza e riqueza, produção e escassez, emprego e desemprego, equidade e desigualdade, público e privado, organização governamental e não-governamental, centralização e descentralização, individualismo e solidariedade.

No contexto da economia, o turismo deve ser abordado não de uma forma diferenciada, como tentam fazer os promotores dessa atividade, mas como uma atividade produtiva, assim como tantas outras e, para isso, deve-se fazer uma análise de cunho histórico, momento em que recorreremos a Beni (2006, p. 64). Em sua argumentação, o autor afirma que “as profundas modificações socioeconômicas, culturais e políticas, que caracterizaram o início dos tempos modernos, criaram condições para o predomínio do sistema capitalista em substituição ao sistema econômico urbano-artesanal”.

Dentre suas principais características, os autores costumam destacar a prioridade privada dos meios de produção, a livre iniciativa, a maximização do lucro, a competição, a mobilidade dos fatores de produção, o mercado, em que os preços são determinados pelo encontro da oferta e da procura, a competência das unidades domésticas das empresas nas decisões de consumo, poupança e investimento, a soberania dos consumidores, a separação entre o poder econômico e o poder político.

Visto como uma atividade econômica, o turismo compreende uma série de serviços que são oferecidos ao viajante, que se desloca de sua cidade de origem e permanece em outra destinação por diversos motivos: profissionais, férias, negócios, atividades esportivas, de saúde, assuntos de família, culturais, entre outros. Conforme diz Beni (2006):

O conjunto de serviços colocado no mercado constitui a cadeia de produção, distribuição, consumo e valor. Analisa as alternativas de utilização dos recursos existentes para a produção turística nos destinos turísticos, a distribuição e circulação de renda gerada pela atividade e como e por que se processam os períodos de expansão e retração dos fluxos nacionais e internacionais de turistas. (BENI, 2006, p.66).

Os investimentos feitos no setor de turismo são notórios, seja por parte do poder público, seja por parte do poder privado. Tais investimentos são feitos

seguindo um discurso de grande importância para o desenvolvimento econômico de cada região. Apesar de merecer atenção especial, os efeitos econômicos que o turismo causa, nos índices sociais ou através das divisas, influenciarão favoravelmente nos movimentos da balança de pagamentos.

Lembramos que tais fatores geram efeitos diretos e indiretos na vida social da população, desdobrando-se tanto em positivos quanto negativos, por isso, merece um cuidado especial a propagação da idéia do “desenvolvimento”. Sempre é bom lembrar que o turismo é uma atividade como outra qualquer, em que a razão de sua existência é a busca por resultados positivos⁵.

O turismo provoca a ampliação intersetorial em função do efeito multiplicador e dos fortes crescimentos da demanda interna. É uma atividade que pode levar a melhores resultados no desenvolvimento do planejamento regional, haja vista a necessidade de equipamentos para atender a essa demanda que, devido a uma grande oferta, torna-se mais exigente (BENI, 2006, p.74).

Entre outros efeitos econômicos de destaque, o turismo proporciona geração de rendas para o setor público representada por impostos diretos e indiretos incidentes sobre a renda total gerada no âmbito do sistema econômico, bem como seu caráter de estimulador do processo de abertura da economia.

Por essa análise, podemos tê-lo como uma atividade coadjuvante no processo de desenvolvimento e também resultante do próprio crescimento, pois, nas regiões mais desenvolvidas, o turismo aparece com maior expressividade, e uma parcela maior da população participa do processo.

É importante ter em mente que o desenvolvimento do turismo deve ser efetivado por parte dos gestores públicos em todos os casos em que for rentável, e não desenvolvê-lo, no caso em que não for rentável, empregando, assim, os recursos liberados para outro setor. Esse argumento é importante para ser levado em consideração nos casos em que há inversões públicas ou subvenções estatais a investimentos privados, porque a rentabilidade deve ser demonstrada analiticamente, já que não assegura o mercado.

⁵ O resultado positivo a que o autor se refere diz respeito ao lucro.

1.4 Gestão do turismo no Brasil

Devido à importância que assumiu o turismo na economia mundial, o Governo Federal do Brasil criou o Ministério do Turismo **cuja** missão é desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas e proporcionando a inclusão social.

Ligada ao Ministério do Turismo temos: a **Secretaria Nacional de Políticas do Turismo**; a **Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo** e a **EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo** (na época de sua criação em 18 de novembro de 1966).

A estrutura do Ministério é composta por órgãos de assistência direta e imediata ao Ministro, além dos seguintes órgãos:

a) Secretaria de Políticas de Turismo: compete essencialmente “a formulação, elaboração, avaliação e monitoramento da Política Nacional do Turismo, de acordo com as diretrizes propostas pelo Conselho Nacional do Turismo”, bem como articular as relações institucionais e internacionais necessárias para a condução desta política.

b) Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo: compete realizar ações de estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivos, de fomento, de promoção de investimentos em articulação com os Programas Regionais de Desenvolvimento, bem como apoiar e promover a produção e comercialização de produtos associados ao turismo e a qualificação dos serviços.

c) Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR: Autarquia que tem como área de competência a promoção, divulgação e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos do país no exterior. Desde janeiro de 2003, com a instituição do Ministério do Turismo, a atuação da EMBRATUR concentra-se na promoção, no marketing e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior.

d) Conselho Nacional do Turismo: órgão colegiado de assessoramento,

diretamente vinculado ao Ministério do Turismo que tem como atribuições “propor diretrizes e oferecer subsídios técnicos para a formulação e acompanhamento da Política Nacional do Turismo”. Esse Conselho é formado por representantes de outros Ministérios e instituições públicas que se relacionam com o turismo e das entidades de caráter nacional representativas dos segmentos turísticos.

O Ministério tem como desafio conceber um novo modelo de gestão pública, descentralizada e participativa, atingindo em última instância o município, onde efetivamente o turismo acontece. O Fórum Nacional de Secretários é um órgão informal, consultivo, constituído pelos secretários e dirigentes estaduais de turismo, que auxilia no apontamento de problemas e soluções, concentrando as demandas oriundas dos estados e municípios.

Dessa forma, o núcleo estratégico estabelecerá canais de interlocução com os estados da Federação, que, por sua vez, estarão conectados às necessidades advindas dos municípios e regiões turísticas, tendo como atribuições:

- Contribuir para construção das políticas e do PNT, atuando como fórum facilitador e articulador para a formação das parcerias necessárias;
- Elaborar os programas, projetos e ações estratégicas, aportando recursos e capacidade gerencial, co-responsabilizando-se para a construção de uma nova realidade;
- Criar as parcerias e articular com os diversos atores, para executar e avaliar os programas e projetos concebidos.

Outro instrumento do processo de descentralização será a constituição de 27 fóruns estaduais com a finalidade de integrar a cadeia produtiva nos estados e Distrito Federal, facilitando a implantação do PNT. O Fórum Estadual será composto pelo Secretário ou Dirigente Estadual, de um representante designado pelo Ministério do Turismo, pelas entidades públicas e privadas, participantes do Conselho Nacional, por intermédio de suas representações regionais, pela representação dos municípios, pelas Instituições de Ensino Superior/Turismo, e demais entidades de relevância estadual vinculadas ao turismo.

O Fórum Estadual terá como atribuição o cumprimento de um papel fundamental para a operacionalização das políticas formuladas pelo núcleo estratégico, constituindo-se em um canal de ligação entre o Governo Federal e os destinos turísticos. Ainda como parte da política de descentralização, os municípios serão incentivados a criar os Conselhos Municipais de Turismo e a organizarem-se em consórcios para formar Roteiros Integrados, ofertando um conjunto de produtos turísticos, completando-se, assim, o sistema de gestão do turismo brasileiro.

1.5 Escalas regionais e desenvolvimento do lugar: o espaço turístico além do econômico

Muitos promotores de turismos, desavisados ou até mesmo mal informados, dizem que poucos são os países que podem oferecer opções tão variadas, para destinação turística, quanto o Brasil. As belezas paisagísticas diversificadas contribuem para sustentação desse argumento. Sua extensão territorial favorece a diversidade de suas belezas naturais. Em um país com dimensões continentais, as diferenças das culturas seriam notáveis.

Usando um jogo de propaganda, os gestores do turismo tentam vender a imagem de uma atividade que venha resolver os problemas que afligem as sociedades menos favorecidas. A idéia ufanista de que o Brasil é um paraíso para os turistas não se sustenta na menor das análises.

Tais argumentos tentam emitir para o público uma visão completamente distorcida da realidade, no que diz respeito aos destinos turísticos no mundo, criando assim um discurso jactancioso na cabeça dos menos avisados.

Dentro desse pensamento, seria verdadeira a afirmativa de que, no contexto paisagístico brasileiro, as praias também chamariam a atenção e seduziriam os turistas. Com um litoral que se estende por mais de sete mil quilômetros, o Brasil tem o privilégio de poder oferecer diversas opções de lazer nesse segmento.

É justamente nesse setor, pelo que se tem observado, que os governos

estaduais vêm intensificando as políticas locais e regionais de desenvolvimento turístico. Principalmente, os governos dos estados nordestinos, que costumam trabalhar com as ditas vantagens tropicais para a promoção do turismo de férias (praias ensolaradas o ano inteiro, climas quentes com poucos períodos chuvosos, lugares paradisíacos).

Muitas são as praias do Nordeste que vêm sendo tratadas com políticas diferenciadas para a promoção do turismo. Várias delas passaram realmente a receber um número considerável de visitantes. Porém, dizer que as cidades nordestinas são as mais visadas pelos turistas é fazer “jogo cego”, ou não conhecer os números referentes ao assunto.

As políticas de implementação de equipamentos cessam ao estar de posse de informações como a de que a escolha por alguns locais está pautada em uma série de fatores, que permeiam a mente do turista na hora da decisão de sua viagem e que, possivelmente, a variável mais relevante dessa escolha seja o suporte de serviços e equipamentos que esses locais tendem a oferecer aos visitantes.

Entre os estados nordestinos, é comum uma disputa para participar com mais notoriedade do processo de atração. Estados como Bahia, Pernambuco, Ceará e muitos outros vivenciam essa dinâmica.

É evidente que um dos maiores empreendedores da zona costeira na capital é o próprio poder público. Confirmamos isso com o pensamento de Moraes (1999 p. 25) ao afirmar que: “o papel do estado, e da regulação estatal, na valorização dos espaços costeiros não pode ser minimizado. Inicialmente, por meio da legislação, ele cria limitações, impedindo ou induzindo os usos do solo, que influem diretamente no processo de sua ocupação”.

Se o turismo tornou-se um importante setor da economia contemporânea, todos os esforços são carreados no sentido de atrair cada vez mais esse segmento de atividade produtiva para os estados.

Os programas de fomentos ao turismo são cada vez mais evidentes, seja

com propaganda nos veículos de comunicação, implementação de infra-estrutura, seja com concessão de benefício fiscal para os investidores que queiram desenvolver a atividade nas localidades dos estados, que tenham propensão ao turismo.

Segundo Rodrigues (2001, p. 113), “os trabalhos que têm se desenvolvido para fins de planejamento e gestão do território no âmbito geográfico têm pautado pela visão sistêmica, método muito utilizado nas ciências naturais, que acabou sendo adotado pelas ciências humanas, como a economia”. A formulação sistêmica legitima-se na distribuição de energia e na idéia de que os elementos formadores do sistema relacionam-se fundamentalmente entre si, compondo um todo unitário e complexo. Os espaços turísticos podem ser entendidos por essas análises.

Vale apenas salientar que, apesar de ser uma atividade econômica, não podemos fazer uma análise do turismo apenas por este viés. A autora Rodrigues (2001, p.114) traz um enfoque sistêmico do turismo no qual formula a esquematização da seguinte forma:

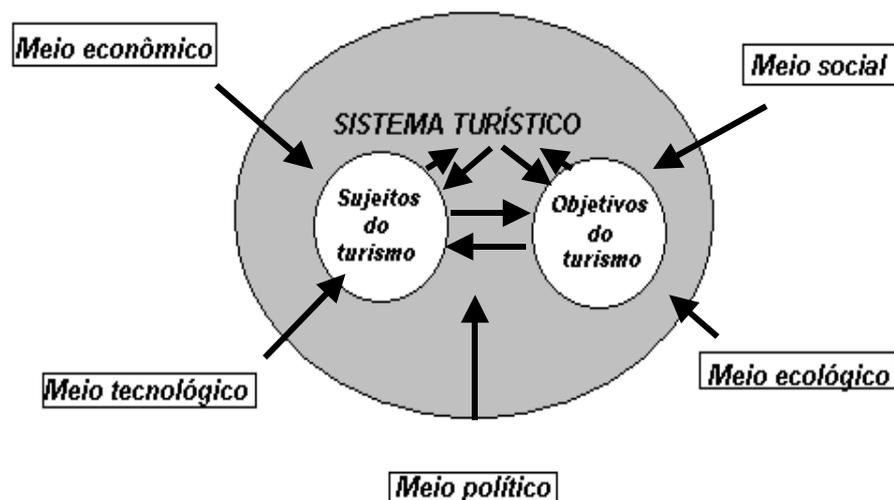


Figura 3: Esquema do sistema turístico.
Fonte: Kaspapar (1975).

Por esse esquema, podemos entender melhor como é o funcionamento do sistema turístico, considerando-se que o meio econômico, o meio tecnológico, o meio social e o meio político estão influenciando a dinâmica do mesmo.

Existem inúmeros fatores que influenciam o turismo, porém podemos dividi-lo em dois: estruturais e motivacionais. Fatores estruturais podem ser compreendidos como: população e atividades no tempo livre. Os fatores motivacionais podem ser compreendidos como: educação, urbanização, marketing, indústria de viagens, atração do destino. Até bem pouco tempo, grande parte dos estudos sobre turismo era encontrada apenas na medição dos benefícios econômicos. Pouca atenção era dada a uma característica fundamental do turismo: a interação entre o turista e a comunidade local.

2. PLANEJAMENTO DO ESPAÇO TURÍSTICO EM FORTALEZA

Os espaços turísticos são criados em uma lógica de consumo na qual a sociedade é levada a crer na possibilidade de alcançar prazeres “sobre-humanos⁶”. Analisando por esse ângulo, percebemos o esforço dos promotores de atividades lucrativas ao transformar coisas simples em atrativos de consumo incomensuráveis.

O turismo vai além de um produto e cai bem nesse rol de prazeres fixados como “atrativos”. As formas de viabilizá-lo são cada vez mais potentes e articuladas à promoção de uma imagem positiva do país, especialmente no período de redemocratização política, como diz Ribeiro (2006):

O discurso dominante é que poucos são os países que podem oferecer opções tão variadas para destinação turística quanto o Brasil. Sua extensão territorial favoreceria a diversidade de suas belezas naturais. A cultura diversificada e os inúmeros complexos ambientais seriam valiosos atrativos que encheriam os olhos dos turistas na hora de escolher um destino para suas férias ou passeios, conforme apontamos em recente trabalho. (RIBEIRO, 2006, p.3)

As praias de lugar tenebroso viraram espaços de contemplação por parte dos europeus, no século XVIII. No Brasil, tal percepção acontece em momentos mais recentes, chamando a atenção e seduzindo os turistas. Fazer desses espaços um local privilegiado para aquela parcela da população, que pode gastar e "consumir prazeres", é algo que permeia a mente dos que buscam lucros constantemente.

2.1 Espaço e políticas de turismo

Segundo Fonseca (2005), o Estado, no uso de suas atribuições legais, por meio das políticas públicas⁷, intervém na economia, como produtor, planejador e financiador, como também na área social. É ele quem dispõe ao setor de turismo, subsídios como diretrizes e infra-estrutura de base, para o desempenho do mesmo. Mas é através das ações diretas das políticas públicas de turismo, mais especificamente, que o Brasil tem tido um crescimento econômico relevante nesse segmento.

⁶ Prazeres esses que o mercado tenta criar nas pessoas, para vender, muitas vezes, produtos ou serviços que parecem supérfluos diante outras necessidades.

⁷ [...] refere-se ao conjunto das ações e omissões do Estado, para resolver problemas que afligem a sociedade [...] ações que o governo escolhe para implementar, assim como aquelas que não são implementadas. (Fonseca apud Dye, 1981).

Na definição de Cruz (2001), uma política pública de turismo seria como um conjunto de intenções, diretrizes e estratégias estabelecidas e/ou ações deliberadas, no âmbito do poder público, em virtude do objetivo geral de alcançar e/ou dar continuidade ao pleno desenvolvimento da atividade turística num dado território.

De acordo com Beni (2001), uma política de turismo é norteada por três grandes condicionamentos: o cultural, preocupando-se com a preservação do patrimônio cultural e natural; o social sendo um vetor de incentivo às manifestações sociais e artísticas, trazendo benefícios ao maior número de pessoas atingidas por essa política; e o econômico, ao dinamizar os empreendimentos em toda a cadeia produtiva do setor, desde transportadoras até artesanato, além de fazer a promoção interna e externa do produto turístico. Cabe salientar também a importância do investimento em infra-estrutura, ações que têm por objetivo o aumento da entrada de divisas e de uma melhor distribuição de recursos.

Ainda de acordo com Beni (2001), a cada esfera do governo são atribuídas funções que são distribuídas aos órgãos públicos de turismo. No nível federal, cabem aos órgãos a formulação das diretrizes e a coordenação dos planos de âmbito nacional e internacional; no nível estadual e municipal, cabem, com o apoio federal, a concepção dos programas e a execução dos projetos regionais e locais. Da mesma forma, e com igual apoio, compete a eles a iniciativa dos melhoramentos e equipamentos necessários ao uso público das áreas de interesse turístico.

Segundo Cruz (2003), uma das principais estratégias de uma política setorial é a criação de um sistema que fomente a atividade. É necessário, portanto, destacar algumas ações de órgãos públicos, entidades nacionais e internacionais financiadoras, que ajudaram a atividade do turismo deslanchar. A inserção do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) pela Embratur, dando suporte com maquinários e equipamentos nos pólos direcionados pelo órgão a nível nacional.

O Programa de Desenvolvimento do Nordeste (PRODETUR/NE), criado em

1991, foi absorvido pela Política Nacional de Turismo e também incluso nos programas de Infra-estrutura Básica e Turística assim como o Prodetur-Amazônia Legal/Centro-Oeste; o Prodetur-Sul; O Prodetur-Sudeste. Ele é apadrinhado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento, o qual objetivava o incremento do turismo regional principalmente nas localidades com elevado potencial turístico. (CRUZ, 2003, p. 64).

Tal projeto foi elaborado para duas fases: o PRODETUR/NE I e o PRODETUR/NE II. Por meio do PRODETUR/NE I, pretendeu-se realizar investimentos até o montante de US\$ 670,00 milhões com a seguinte divisão de fontes de recursos: - aporte de recursos oriundos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID): US\$ 400,00 milhões (60%) - aporte de recursos de contrapartida local de estados e da União: US\$ 270,00 milhões (40%).

Esse programa tinha por objetivos: atrair atividades turísticas privadas adicionais e de melhor padrão; gerar oportunidades de emprego; melhorar os níveis de renda; aumentar as receitas públicas; beneficiar a população de baixa renda das áreas selecionadas com disponibilização dos serviços de abastecimento de água, esgotos e acessos pavimentados; aumentar a capacidade dos estados beneficiados de acompanhar a demanda por serviços básicos.

Após a implementação da primeira fase do PRODETUR/NE, ocorreram melhorias significativas na infra-estrutura de saneamento básico (água e esgoto) e de suporte ao turismo (aeroportos, urbanização de áreas turísticas, centros de convenções, recuperação de patrimônio histórico), bem como um aquecimento da economia das localidades turísticas beneficiadas e/ou impactadas pelas ações do Programa. Entretanto, também pôde ser observada a ocorrência de impactos socioambientais negativos, direta e indiretamente, associados às intervenções realizadas. Tais impactos tiveram uma repercussão negativa, além de possivelmente representarem comprometimento da parte dos resultados do Programa.

2.2 O papel do estado na promoção dos espaços turísticos

A idéia de que o turismo deve ser tratado como uma atividade de retorno garantido é algo que passa pela mente de quase toda sociedade. Por esse motivo, os planos e o pensar turístico passam a serem abordados com mais ênfase,

segundo Beni (2001):

A política de turismo é a espinha dorsal do “formular” (planejamento), do “pensar” (plano), do “fazer” (projetos, programas), do “executar” (preservação, conservação, utilização e ressignificação dos patrimônios natural e cultural e sua sustentabilidade), do “programar” (estratégia) e do “fomentar” (investimentos e vendas) o desenvolvimento turístico de um país ou de uma região e seus produtos finais. (BENI, 2001, p.177)

Em termos de estruturação, o papel do Estado é destacado na medida em que ele, através da regulação estatal, vem dar os direcionamentos de valoração e valorização dos espaços produtivos. Nesse sentido, o Estado atua de forma marcante, tanto na ordenação quanto na estruturação.

Conforme afirma Moraes (1999, p. 125), “por meio da legislação, ele cria limitações, impedindo ou induzindo os usos do solo, que influem diretamente no processo de sua ocupação”.

Nessa lógica, os investimentos na zona costeira vêm intensificando-se a partir do redescobrimto da potencialidade desses locais, para tal fim. Nesse sentido, Moraes (1999, p.26) ainda reitera que “o turismo é uma atividade produtiva, é uma atividade de grande crescimento na economia contemporânea, e talvez uma das áreas onde mais se gere empregos, valores na economia dos nossos dias”.

Os desdobramentos dos programas para o turismo devem ser abordados sobre diversos olhares, onde variáveis não ficam restritas ao campo do econômico, mas perpassam pelo social, político e tantos outros. Entender todas as variáveis da atividade turística é um papel quase impossível. Por isso, logo se percebe a necessidade de uma abordagem complexa.

Podemos afirmar com precisão que o turismo tornou-se um importante segmento da economia contemporânea e que nas Unidades Federativas do Brasil, não são medidos esforços, por parte dos governadores, com o fim de atrair cada vez mais essa parte da atividade produtiva para os estados dos seus domínios, tal qual a própria indústria.

A tentativa de atrair investimentos por parte dos governos nordestinos tem sido uma constante, gerando uma disputa “concorrencial” entre eles. E como num

“jogo de ganha e perde”, não faltam propagandas e programas de fomentos sendo divulgados.

2.3 Planejamento turístico no Ceará

É importante destacar que, em se tratando de territórios turísticos, o Ceará apresenta suas vantagens. Com um litoral de aproximadamente 573 km de extensão, as praias que aparecem na publicidade são chamativas, geralmente, estando longe dos grandes centros urbanos, ou seja, elas são ideais para propiciar o descanso tão buscado pelos turistas.

O Ceará está inserido completamente no semi-árido nordestino onde, há poucas décadas, o cenário não demonstrava nada de interessante para o turismo, ainda que uma parcela mínima do território cearense apresentasse elevações consideráveis, a ponto de modificar a sua paisagem. Porém, quando estas ocorrem, são bem destacadas. Ao analisarmos os fluxos pelas diferenciações da paisagem, na busca pelo diferente, as serras do nosso estado seriam potencialidades no segmento turístico.

Ao verificar os programas de turismo do estado do Ceará, constatamos que os gestores têm optado pela promoção do litoral. As serras, que dentro do contexto paisagístico cearense apresentam potencialidades por conta de suas diferenciações, foram pouco inseridas nos planos do turismo, talvez por conta de ser o turismo uma atividade exógena ao lugar.

A opção por esses espaços é mais expressiva nas serras que se situam próximas à capital, ou seja, é notório o refúgio da agitação, confirmando a afirmação de que o surgimento do turismo advém da necessidade de descanso e de lazer.

Estudos levantados demonstram que o principal centro de atração turística do estado é a própria capital com suas famosas praias: Iracema, Futuro, Barra do Ceará, Volta da Jurema e Mucuripe. No entanto, existem também outras regiões que se destacam como atrações turísticas, dentre elas as seguintes cidades cearenses: Aracati, Cascavel, Camocim e Beberibe, com as belas paisagens de

suas praias. O Parque Nacional de Ubajara apresenta uma gruta calcária de cerca de meio quilômetro de extensão e está situado nas proximidades da divisa com o Piauí. A cidade de Juazeiro do Norte, no sul do estado, constitui também importante centro de artesanato.

Representam, ainda, atrações turísticas importantes no estado a Lagoa do Iguatu e o Sítio Gameleira, em Iguatu; o Açude do Cedro, em Quixadá; o Açude Orós, em Orós; a Casa dos Milagres, em Canindé; o Museu Sacro de São José de Ribamar e a Matriz de São José de Ribamar há 28km de Fortaleza, na antiga cidade de Aquirás,

Em se tratando de turismo religioso, as igrejas do Ceará que se destacam são: a Catedral Metropolitana, igrejas de Nossa Senhora do Carmo, do Cristo-Rei, do Pequeno Grande (Fortaleza); basílica de São Francisco das Chagas (Canindé); matriz de Nossa Senhora de Assunção (Viçosa do Ceará); basílica dos Capuchinhos, capela do Horto e igreja de Nossa Senhora das Dores (Juazeiro do Norte).

Em Fortaleza, vários monumentos e logradouros apresentam potencialidades turísticas, como a sede do Instituto do Ceará; Cidade da Criança, antigo Parque da Liberdade; o Passeio Público, antiga Praça dos Mártires, onde se encontra a cela em que esteve presa Bárbara de Alencar; o farol do Mucuripe; o estádio Presidente Vargas; a lagoa de Messejana; a sede do Náutico Atlético Cearense e a Praça do Ferreira.

A política de turismo no Ceará pode ser dividida em três fases: a primeira antecede aos anos de 1970. Nessa fase, o turismo não era planejado de forma organizada, pois não existia nem estrutura nem estímulo por parte do estado. A segunda fase compreende a década de 1970 e 1980, quando houve a implantação dos primeiros projetos de infra-estrutura por parte do estado. A terceira fase, final dos anos 1980, caracteriza-se pela implantação uma estrutura técnica organizacional, engajada na decisão governamental de entender que o turismo poderia ser um dos principais fatores de desenvolvimento do estado.

A tentativa de fazer do estado do Ceará um pólo turístico desenvolveu-se mais intensamente quando os gestores públicos, estadual e municipal, perceberam que a atividade poderia servir de vetor da economia. As ações políticas foram implementadas com o objetivo de fazer com que o espaço cearense fosse destaque entre vários outros espaços nordestinos, e até mesmo no espaço brasileiro.

A idéia do poder público estadual era promover todo o estado do Ceará, ou seja, interiorizar o turismo. Porém, poucos foram os espaços que despontaram como tal, e não é difícil compreender o porquê. O turismo, segundo Ribeiro (2006), é mais um produto que, dentro da categorização das necessidades estabelecidas por Maslow⁸, ocupa uma posição já mais ao topo da pirâmide, como tantos outros produtos que faz a sociedade para eles e não eles para a sociedade.

Diante das potencialidades turísticas do Ceará, a partir do final da década de 1980 o governo estadual⁹, com visão empresarial começou a montar estratégias no sentido de tornar o turismo um catalisador do desenvolvimento. Foi, a partir dessa década, que o Ceará começou a participar mais ativamente dos lucros oriundos deste setor.

No final da década de 1980, a estratégia de industrialização e de expansão dos pólos turísticos em Fortaleza estava amparada por aplicações importantes em infra-estrutura, com investimento da ordem de 290 milhões de dólares. A construção de uma usina de energia eólica e de uma usina térmica, no complexo industrial-portuário, além do porto do Pecém, com capacidade para navios de até 150 mil toneladas, e a instalação do novo aeroporto internacional Pinto Martins, com capacidade para receber 2,5 milhões de passageiros por ano, Bernal (2004), foram ações que fortalecem o turismo no Ceará.

⁸ A **hierarquia de necessidades de Maslow** é uma divisão hierárquica proposta por Abraham Maslow, em que as necessidades de nível mais baixo devem ser satisfeitas antes das necessidades de nível mais alto. Cada um tem de "escalar" uma hierarquia de necessidades para atingir a sua auto-realização.

⁹ O governo a que o autor se refere diz respeito a Tasso Jereissati. Apesar de estratégias terem sido feitas em governos anteriores no, sentido de fomentar o desenvolvimento do Ceará, através da industrialização e do turismo, é nesse governo que o Ceará entra definitivamente no mercado nacional do turismo.

Várias ações foram implantadas com o intuito de dar suporte aos turistas. As atuações estavam sendo praticadas num processo complexo e dinâmico no qual, seguindo os princípios da física clássica, para toda ação há uma reação. E, nessas localidades, não foi diferente, principalmente em se tratando da dinâmica do mercado atual na lógica do “pay back”¹⁰.

Os novos equipamentos foram implantados de uma forma rápida causando as “externalidades”¹¹. Também, de forma rápida, o espaço e a população absorvem seus impactos de uma maneira não-gradual e isto gera problema de adaptação. Os que podem pagar pelo uso dos novos equipamentos formam suas próprias territorialidades. A parte da população, para quem esses equipamentos não foram criados, inventa sua forma de uso nas proximidades, o que muitas vezes gera confronto entre os usuários do solo destas localidades.

Por outro lado, nos meios de divulgação e de promoção do turismo, essas localidades são apresentadas como o complemento da satisfação que tanto as pessoas procuram nesse mundo de turbulência. Temos, então, nessas localidades uma complexa forma de uso e de interesses em que há uma imbricação de tudo um pouco, o novo e o velho, o público e o privado, o individual e o coletivo se misturam formando o que os promotores do turismo chamam apenas de “espaço turístico”.

Por esse motivo, entendemos que os espaços turísticos são estabelecidos seguindo uma lógica de mercado na qual seus promotores intervêm diretamente e direcionam seu consumo através de propaganda e publicidade. Para o Ceará, o governo tentou fazer a interiorização desses espaços, mas, seguindo o raciocínio de que o capital precisa de capital para se reproduzir mais intensivamente, pode-se entender o porquê da maioria dos investimentos concentrar-se em Fortaleza. Como sabemos, o turismo não só cria, mas também se apropria de equipamentos existentes.

É em busca de um catalisador do “desenvolvimento” que os gestores atuais do turismo propagam uma idéia de turismo “salvador”. Todavia, questões

¹⁰ Esclarecer que essa palavra é usada pelos administradores para designar investimento de retorno curto.

¹¹ Desdobramentos indiretos causados por uma intervenção.

mais específicas são ignoradas. Vejamos alguns dos discursos dos principais gestores públicos do turismo no Ceará e no Brasil. Segundo Aguiar (2005), então Secretário de Estado do Turismo do Ceará:

O turismo de eventos e negócios foi uma estratégia inteligente que a Secretaria do Turismo do Ceará (Setur) adotou para reduzir a concentração da movimentação turística nos períodos de alta estação. Em parceria com o Fortaleza Convention & Visitors Bureau, a política estadual de captação de grandes eventos nacionais e internacionais tem revelado o grande potencial e a elevada competitividade do estado para este segmento, que impulsiona ainda mais a movimentação turística na capital e no interior, reduzindo a sazonalidade e contribuindo para o desenvolvimento econômico do Ceará.

Percebemos claramente o interesse de fazer do turismo uma força impulsionadora do desenvolvimento econômico, apesar de este ter sua sazonalidade. Os gestores, por meio de ações midiáticas, forçam a viabilidade extra-sazonal.

Medeiros (2005), então presidente do Convention & Visitors Bureau, relata:

Fortaleza, cada vez mais, se destaca como uma capital preparada para receber alguns dos principais eventos do calendário nacional e internacional. Congressos, feiras e convenções encontram na capital cearense um espaço com infra-estrutura adequada e que dispõe ainda das belezas naturais do Ceará. O Fortaleza Convention & Visitors Bureau (FCVB) tem papel importante neste quadro evolutivo, promovendo e divulgando a imagem da capital cearense, estimulando o crescimento e o desenvolvimento do turismo no estado do Ceará. Para isso, utiliza uma série de ações integradas, como captações e promoções, capacitação de mão-de-obra especializada na área do turismo, estímulo à cultura local e a divulgação do Ceará em feiras nacionais e internacionais dirigidas ao meio. Durante esses oito anos de existência FCVB vem procurando cada vez mais aprimorar o seu material de divulgação do destino e desde 2000 tem – se dedicado ao aperfeiçoamento das informações técnicas para o Turismo de Eventos a partir do Guia.

Na tentativa de transformar a viabilidade turística extra-sazonal, novas modalidades de turismo são criadas. Por essa perspectiva, o turismo de eventos pode ser visto como uma boa oportunidade, isto por que este segmento do turista não está preso às férias de trabalho.

Alcântara (2005), Governador do estado do Ceará na época, afirma:

Durante anos o Ceará atraiu levas crescentes de visitantes, que aqui aportavam seduzidos tanto pela exuberância das praias e belezas naturais, como pela sempre alardeada hospitalidade da população local. Desde meados dos anos 80, porém, com os investimentos maciços em

infra-estrutura feitos pelo Governo do Estado, a profissionalização da rede hoteleira, a melhoria dos serviços em restaurantes e estabelecimentos comerciais e o surgimento de grandes equipamentos de lazer, o Ceará vem direcionando seus passos para novos e lucrativos caminhos.

Nas trilhas que se descortinam para o desenvolvimento regional, o turismo de eventos e negócios mostrou ser um dos mais fortes e representativos. Hoje, o Ceará, e especialmente a sua capital, Fortaleza, orgulha-se de receber todo tipo de evento, embora haja a consciência geral de que há muito ainda a ser feito. Até aqui, com trabalho e planejamento, mostramos que além das paisagens maravilhosas, temos condições de sediar feiras, congressos, seminários, encontros e festivais.

Ao fazer alusão ao turismo, os gestores são unânimes em afirmar os benefícios trazidos por ele. Por esse motivo, tudo é válido para tornar o Ceará cada vez mais turístico na alta e na baixa estação. Ao referir-se ao turismo de eventos, o então governador do estado do Ceará afirma categoricamente a potencialidade para este segmento. Porém, vale lembrar que, num mundo em que os centros urbanos mais dinâmicos são determinantes para grandes eventos, a nossa capital fica bem atrás de várias outras. Por isso, o custo da promoção deste turismo seria mais elevado.

Percebemos, nos comentários feitos pelos principais gestores¹² do turismo, que este é tratado como uma atividade puramente econômica. Os argumentos apresentados sempre enfocam o turismo como uma atividade que pode ser impulsionada.

No jogo de interiorizar o turismo no Ceará, o espaço da capital cearense destacou-se, seja por ser portão de entrada, seja por concentrar as melhores infra-estruturas, seja por seus promotores investirem mais nessa área ou por outros motivos aparentes. O fato é que quem mais teve sua estrutura sócio-espacial transformada pelo turismo no Ceará foi a cidade de Fortaleza, principalmente nas faixas litorâneas, onde aparece com maior destaque a área que estabelecemos nossos estudos.

2.4. As ações do poder público para o turismo e o reflexo em Fortaleza

¹² Os gestores do turismo são: o presidente da Embratur, o Ministro do Turismo, o Governador do Ceará (2006), o Presidente do Fortaleza Convention & Visitors Bureau, o Secretário de Turismo do Estado do Ceará (2006). As declarações estão no sítio do Fortaleza Convention & Visitors Bureau.

Por um longo período, a cidade de Fortaleza não tinha expressividade urbana no estado do Ceará. Devido ao processo de produção do nosso estado que não tinha expressividade no comércio extramar, as cidades interioranas destacaram-se antes do século XIX, as cidades do litoral que tinha uma expressividade urbana, como Aracati, sua dinâmica era resultado do processo de produção em que se privilegiava o comércio interno, no caso a criação de gado.

Fortaleza tem suas origens em torno de uma base militar que, aos poucos, vai se estratificando socialmente e seus espaços se compartimentando. Segundo Korster (*apud* GIRÃO, 1997):

A vila de Fortaleza do Ceará é edificada sobre terra arenosa, em formato quadrangular, com quatro ruas, partindo da praça e méis outra, bem longa, do lado norte desse quadrado, correndo paralelamente, mas sem conexão. As cassas têm apenas o pavimento térreo e as ruas não possuem calçamento; mas, nalgumas residências há uma calçada de tijolos diante. Tem três igrejas, o palácio do governado, a casa da câmara e prisão, alfândega e tesouraria. Os moradores devem ser uns mil e duzentos. (KORSTER *apud* GIRÃO, 1997, p. 61).

Quando Fortaleza entra na rota do comércio, ela começa a deixar para trás as cidades que até então se destacavam no cenário cearense e, logo, passa a ganhar status de capital. Segundo Dantas (2002, p. 27), isso aconteceu “graças ao porto e ao desenvolvimento da cultura do algodão”. Essa atividade iniciou no final do século XIX e teve Fortaleza como rota de escoamento. Tal fato perdurou até meados do século XX.

Fortaleza apresentava um grande diferencial em relação às outras capitais nordestinas, já que ela se deteve apenas ao papel administrativo das transações comerciais, opondo-se, durante muito tempo, a dar grande importância ao setor primário. Enquanto isso, a agroindústria dava dinâmica ao desenvolvimento de Salvador e de Recife.

A partir de meados da década de 1940, com a implantação do porto do Mucuripe, a malha urbana de Fortaleza começou a ganhar uma nova configuração. As vias de comunicação com o interior também tiveram um papel importante nessa

configuração, pois favoreceram os contatos com regiões mais distantes, fortalecendo o comércio e o processo migratório.

Segundo Souza (1978, p. 102), a expansão do espaço urbano de Fortaleza foi muito acentuada a partir de 1940. O crescimento expandiu-se para oeste e para leste, além da ferrovia, através da aglutinação cada vez maior dos espaços periféricos. Os bairros da elite fortalezense eram Jacarecanga e o Benfica, conforme aponta Jucá (2000, p. 34-35):

Os bairros elegantes ainda eram Jacarecanga e Benfica. O primeiro, até os anos quarenta, era conhecido como o mais aristocrático. O palacete de José Gentil, atual prédio da reitoria da universidade Federal do Ceará, no Benfica, rivalizava em ostentação com o da família de Pedro Filomeno Gomes, em Jacarecanga, onde havia casas copiadas em modelos europeus.

Sendo Fortaleza o centro polarizador do estado do Ceará e uma das principais regiões metropolitanas do país, é comum que a maior parte dos programas implantados no estado se concentre nessa cidade. O poder público viu no turismo a alternativa para promover o “desenvolvimento” e intensificou as ações políticas às potencialidades locais. Para que estas potencialidades fossem exploradas mais profundamente, fez-se necessário o investimento em infraestrutura.

O governo estadual viabilizou recursos públicos e isso fortaleceu o papel de Fortaleza em oferta de infraestrutura. Projetos como a transformação do Aeroporto de Fortaleza em Aeroporto Internacional de Fortaleza, a rodovia Estruturante, ligando Caucaia a Itapipoca, projeto Sanear, projetos de ampliação da rede de energia e telecomunicações, dentre outros.

Como sabemos, os projetos quando são executados não só causam impactos positivos, como também impactos negativos. Nesse sentido, pretende-se analisar os desdobramentos da promoção da área em questão, pois muitos questionamentos podem ser feitos.

- Será que a área referida é utilizada somente por turistas que têm o poder de decidir o que deverá ser vendido?

- São realmente os turistas que garantem a viabilidade da feirinha de artesanato? Por que a orla marítima, na Praia de Iracema, que outrora servia de ponto de encontro dos “boêmios”, perdeu sua função?
- O que aconteceu com a população menos favorecida economicamente que morava na área?
- Na sua própria configuração espacial, será realmente a faixa Iracema-Meireles um “paraíso” para os turistas?
- Qual visão do próprio turista em relação às questões dos usos deste espaço?
- A população local e/ou os turistas percebem a complexidade que o espaço apresenta?

Muitos foram os questionamentos feitos e analisados para assim verificar os desdobramentos da nova configuração turística e sua complexidade. Foi justamente a busca de possíveis respostas, para algumas perguntas, que levou o autor a direcionar sua pesquisa de dissertação para essa área.

Se seguirmos a lógica de que o turismo além de criar equipamentos se apropria dos já existentes, é fácil compreender o porquê da escolha de algumas localidades em detrimento de outras. Fortaleza, por ser a cidade de melhor dinâmica urbana do nosso estado, por apresentar estrutura capaz de absorver as demandas do turismo, beneficiou-se, servindo de portão de entrada para o restante do Ceará.

As áreas privilegiadas como “espaços turísticos” em Fortaleza foram as próximas à orla, a exemplo do bairro da Praia de Iracema, do Meireles e Praia do Futuro. Entretanto, é bom frisar que tal “espaço turístico” não se estendeu a toda a orla marítima da cidade, ficando, assim, restrita à faixa leste. Segundo Rocha Junior (2000, p. 34):

Os primeiros empreendimentos e instrumentos de apoio ao turismo no Ceará foram implantados a partir do início da década de 1970. Mas alguns dados relevantes aconteceram aqui no período espontâneo do turismo. Um deles foi a criação, em Fortaleza, do Conselho Municipal do Turismo, lei nº 1.249, de 1957, sancionada pelo prefeito Acrísio Moreira da Rocha. Integravam o conselho a Secretaria de Educação do Município, Câmara de Vereadores, Arquidiocese de Fortaleza, Instituto do Ceará, Associação Cearense de Imprensa, Touring Club do Brasil e Federação das Associações do Comércio, indústria e agricultura do Ceará.

A construção da Avenida Beira-Mar data da primeira fase. Seu aparecimento impulsiona o uso da praia, para fins recreativos por parte da população mais pobre, e ressalta o papel dos clubes localizados na orla. Nessa mesma fase, é elaborado o primeiro Plano Diretor do Município de Fortaleza. Isso ocorreu nos anos de 1962 e 1963, tendo à frente o urbanista Hélio Modesto, contratado pela administração do prefeito Cordeiro Neto.

Hélio Modesto elaborou o *Plano Diretor de Fortaleza* mantendo as propostas de um sistema viário radial e com recuos dos prédios e soluções de cruzamentos; uso e ocupação específica para o centro, com a implantação de terminais de transporte; implantação de pólos por bairro, concentrando atividades comerciais, serviços, institucionais e de recreação; uso e ocupação específicos para bairros industriais e a regulamentação do parcelamento do solo. Segundo Rocha Júnior (2000, p. 35):

O Plano Diretor do Município, de autoria do urbanista Hélio Modesto e aprovado pelo prefeito Cordeiro Neto, em 1963, constatava a insuficiência de áreas livres de uso público, bem como áreas com tratamento paisagístico. Entre as áreas de uso público propunha a chamada avenida Beira-Mar e a área compreendida entre essa e o mar, com o fim de dar novo valor ornamental e recreativo às áreas de praia.

O poder público estadual, nesse período, implantou dois importantes empreendimentos que reforçaria a cidade de Fortaleza como porta de entrada para o turismo: a construção da CE-040, em 1962, ligando nossa capital ao litoral leste do estado; e a infra-estrutura aeroportuária, que daria origem ao aeroporto Pinto Martins.

Na segunda fase, início dos anos 70, o turismo aparece como fator de desenvolvimento, porém não foi tratado com a devida importância. No estado, apareceram os primeiros órgãos de interesse no turismo. Conforme afirma Rocha Jr. (2000, p. 35):

A Empresa Cearense de Turismo SA - EMCETUR é criada em 1971 (Lei Estadual 9.511, de 13 de setembro) com a finalidade de planejar, coordenar e desenvolver o turismo no Ceará. Alguns empreendimentos públicos com ligação com o turismo foram iniciados após a criação da Emcetur e ainda no Governo César Cals: Centro de Turismo (na Antiga Casa de Cadeia), Estação Rodoviária e centro de convenções - todos em Fortaleza; e rodovias asfaltadas

ligando Fortaleza as Praias mais próximas, e a rodovia da Confiança – que permitia o acesso ao Parque Nacional de Ubajara.

As políticas governamentais para o desenvolvimento do turismo vão surgindo, à medida que essa atividade vai emergindo no cenário nacional, e é o que se pode verificar nesse momento, quando o turismo já ocupa um importante papel na economia, apesar de ser de forma desordenada.

2.5 Gestão municipal e os problemas do espaço turístico em Fortaleza

Ao que parece, a preocupação com o turismo, até pouco tempo, era somente de interesse do poder público estadual, ficando o poder municipal fora da gestão, pois as principais obras de grande envergadura para tal atividade partiam do estado.

De imediato, podemos pensar que o poder estadual tomava frente às ações, uma vez que ele era o principal articulador da atividade turística. Dessa forma, quando a prefeitura executava uma melhoria na área turística, tal fato repercutia apenas como de interesse urbanístico, já que o turismo não tinha nenhuma vinculação com esse setor público, embora fossem realizadas ações nos espaços chamados turísticos, como, por exemplo, na melhoria urbana da orla marítima.

Recentemente, o poder público municipal parece que começou a eleger o turismo como uma atividade a ser viabilizada. Tentou fazer de seu fluxo um dos grandes desafios para a atual gestão. Essa nova forma de ver a atividade turística gerou ações que correspondem à requalificação e à valorização do patrimônio material e imaterial, dos roteiros de memória, dos trajetos que incluem os bens culturais. Ações que serão detalhadas a seguir de acordo com informações colhidas no site da prefeitura de Fortaleza, www.fortaleza.ce.gov.br.

- Projeto de Requalificação dos postos de informações turísticas: em parceria com a Secretaria de Infra-Estrutura, a Fundação de Cultura, Esporte e Turismo (Funcet) vem desenvolvendo um novo projeto arquitetônico (ambientação) para

os postos e equipando os mesmos com programas de tecnologia da informação, para dinamizar e facilitar o acesso do turista às informações.

- Projeto "Roteiros de Memória": o projeto pretende envolver diversos segmentos da população local no processo de planejamento turístico de Fortaleza, aproveitando a experiência do "viver na cidade" de seus habitantes e construir alternativas de geração de renda, através de uma rede de rotas turísticas solidárias no espaço da cidade. As primeiras experiências aconteceram em abril, na semana comemorativa dos 279 anos de Fortaleza, e tiveram grande sucesso.
- Programa de Regionalização do Turismo: preparação do município de Fortaleza para integrar-se ao Programa de Regionalização do Turismo, conforme a Política Nacional de Turismo, através do fomento a novos produtos, roteiros turísticos integrados e rotas segmentadas na capital. Trabalho institucional de roteiros turísticos.
- Ações no corredor turístico para a alta estação de jun/jul: foram elaboradas as principais rotas turísticas em base cartográfica e desenvolvida metodologia de construção de agenda em comum entre órgãos da Administração Pública Municipal, envolvendo operação de limpeza urbana, manutenção nas vias de acesso aos portões de entrada da cidade e entorno dos atrativos e instalação de lixeiras na Avenida Beira Mar.

Dentre as ações da nova gestão municipal, tem destaque a criação da Secretaria de Turismo de Fortaleza (Setfor), subordinada ao gabinete da prefeita. Foi delegada a essa secretaria a função de promover avaliações, através de estudos, com o intuito de planejar a atividade turística no município.

Essa secretaria tem como funções: articular ações ligadas ao turismo e ao meio ambiente, visando à sustentabilidade do ambiente urbano; contribuir para despertar na sociedade a valorização da cultura, do patrimônio histórico e da memória da cidade de Fortaleza; promover o entretenimento e o lazer; fomentar políticas de negócios turísticos, especialmente por meio de cadeias produtivas; propor, desenvolver e implementar políticas de inclusão social pelo turismo; definir

políticas de promoção e aumento do fluxo turístico, mediante uma gestão participativa, dinâmica, ética e responsável; desenvolver todas as atividades afins determinadas pela prefeita municipal e firmar convênios com instituições privadas, ONGs ou qualquer entidade que promova a capacitação de estudantes do ensino público, para a divulgação da história e da cultura do município.

Nos argumentos da prefeitura, nota-se que há todo um envolvimento desta com o turismo na capital cearense. Se analisarmos cuidadosamente, verificaremos que as contradições entre o que é da competência estadual e da competência municipal afloram “nos bastidores”.

Ora são embargos de obras que deveriam estar sendo realizados, ora é a tentativa de juntar esforços para a promoção e veiculação da imagem turística da capital, ora é a não-compatibilidade de parcerias firmadas entre os vários segmentos do poder federal, estadual e municipal, ou seja, a própria gestão do lugar turístico aparece como uma esfera complexa para o entendimento das ações.

2.6 A Complexidade do espaço turístico em Fortaleza

Fortaleza é uma cidade que está inserida no semi-árido nordestino, porém sua localização modifica essa realidade, fazendo com que as chuvas de verão ocorram com mais freqüência na cidade e entorno do que no resto do estado. A temperatura média anual é de 27°C. Sendo dezembro o mês mais quente e julho o mais frio, quase com as mesmas temperaturas. A média pluviométrica é de 1400 mm aproximadamente.

Como em todas as cidades equatoriais, as estações do ano não são bem definidas, tem-se apenas a época chuvosa que, no caso de Fortaleza, vai de janeiro a junho e a época da seca se estende de julho a dezembro. Segundo dados da Funceme, o mês mais chuvoso é maio e o mais seco é novembro.

Seu clima caracteriza-se como "tropical chuvoso", com dois períodos distintos, correspondendo um deles ao período seco, que se prolonga por sete a oito

meses, e o outro ao período chuvoso que, geralmente, não ultrapassa cinco meses. Dados da Secretaria de Infra-Estrutura apontam que os ventos predominam nas direções sudeste e leste, com velocidade média anual de 3,8 m/s e tem intensidade maior no mês de setembro, quando podem chegar a 5,5 m/s.

No município de Fortaleza e seus arredores, são encontradas três feições geológicas distintas: a faixa sedimentar costeira; os terrenos cristalinos e o vulcanismo alcalino. A faixa sedimentar costeira é a que mais interessa ao estudo. Ela é constituída por sedimentos terciários do grupo barreiras, que são capeados na área pelas dunas através de discordâncias. Sobre as dunas, Morais e Sousa (1971, p. 75) comentam o seguinte:

As dunas bordejam a linha de costa, em uma faixa de largura que varia de dezenas de metros a 3 km, concentrando-se a Leste de Fortaleza. As dunas móveis são constituídas de areia média e fina e sua largura chega a 30 metros. Essas dunas fixas, que ocorrem em nível mais rebaixado, são, às vezes, recobertas pelas dunas móveis. Os materiais que ocorrem com mais frequência na área são os sedimentos dos depósitos eólicos litorâneos (qd), compostos por granulação fina a média, raramente siltosas, quartzozas ou quartefeldspática.

A topografia do município de Fortaleza é constituída predominantemente de planícies com uma altitude média que não ultrapassa 26m, considerando-se o nível do mar. Devido à sua feição plana, o relevo não oferece impedimento à ocupação urbana. Levantamentos feitos pela Secretaria de Infra-Estrutura apontam que a compartimentação do relevo de Fortaleza é representada basicamente por quatro domínios geomorfológicos: Planície Fluvial, Planície Litorânea, Glacis ou Tabuleiros Pré-Litorâneos, Maciço ou Colinas Residuais.

A Planície Litorânea encontra-se entre as desembocaduras dos Rios Cocó e Ceará, com aproximadamente 30 km de extensão, ou seja, é o que chamamos de litoral do município de Fortaleza, que assume características bastante diversificadas ao longo de sua faixa, compondo três paisagens distintas¹³: oeste, norte e leste.

O litoral denominado de Norte pela Secretaria de Infra-Estrutura

¹³ Classificação feita pela Secretaria de Infra-Estrutura do município de Fortaleza, inclusive contrariando o que em nosso trabalho vínhamos denominando de Leste, haja vista a maioria dos estudiosos, ao referir-se ao litoral fortalezense, costuma dividir litoral Leste e litoral Oeste, em nenhum momento fazendo menção ao litoral Norte.

compreende os trechos do Centro, Praia de Iracema e Beira-Mar. Reúne desde porções degradadas e subutilizadas no Centro até a zona de lazer e vocações turísticas, que vão da Praia de Iracema até o Mucuripe, onde se concentram os hotéis de luxo e os mais valorizados edifícios residenciais.

Para Moreira e Gatto (1980), em se tratando da estrutura geomorfológica a cidade de Fortaleza apresenta apenas duas unidades distintas: a superfície sertaneja e a unidade planície litorânea.

Os desdobramentos ocasionados pela atividade turística são das mais variadas envergaduras. As cidades ganham uma nova configuração, pois o turismo, além de suprir-se da estrutura pré-existente, implementa outras. Há uma introjeção de elementos que se concatena aos já existentes, dando uma nova roupagem ao lugar. As cidades passam por uma reorganização dos seus espaços onde uns são valorizados em detrimento de outros.

Nos novos contextos espaciais da competição capitalista, as cidades e sua cultura são facilmente incorporadas, assim como complexos produtos, já que são promovidos ou vendidos como mercadorias turísticas, para as quais são produzidos novos fetiches. Isso ocorre a partir da difusão midiática da experiência urbana, que a conduz à tendência para a existência do coletivo, confundindo, assim, os desenraizamentos com as possibilidades de culturas reais.

O cotidiano, sendo recriado por ações racionais que não reconhecem os contornos imateriais dos diversos territórios, que configuram o lugar e a cultura, deixa de ser sustentáculo efetivo do turismo cultural. Portanto, novos significantes turísticos colocam-se como possibilidade que não encontram expressão imediata na (i)materialidade em constante transformação, reacendendo desejos e recriando necessidades.

A cidade de Fortaleza há muito entrou nesse contexto. Seus espaços foram sendo aos poucos modificados para se integrarem à nova onda de exploração, seja pelo comércio, pela indústria, seja mais recentemente pelo turismo.

Podemos ter em mente que não só os equipamentos da atividade turística

foram os únicos responsáveis por essas transformações. No entanto, se fizermos uma observação mais atenta, no bairro da Praia de Iracema, verificaremos que a atividade turística é em grande parte responsável pela dinâmica atual dessa localidade.

Podemos até afirmar que o Ceará é exposto a partir de Fortaleza, e esta a partir de sua orla onde o bairro Praia de Iracema tem um expressivo papel, pois é neste que existe a maior concentração de meios para hospedagem por metro quadrado no Ceará, além do simbólico da Praia de Iracema, que é propagado nas promoções da “Fortaleza turística”.

Os equipamentos¹⁴ destinados a servir ao turismo são evidentes. Mesmo porque, tendo o estado muitas localidades turísticas, como Canoa Quebrada, Lagoinha, Majorlândia, Jericoaquara, torna-se bem mais onerosa a chegada até essas localidades sem a passagem por Fortaleza.

Todas as vias de acesso a essas localidades são ligadas a Fortaleza. Por esse motivo, a cidade torna-se um referencial para quem pretende conhecer o nosso estado. Porém, é bom salientar que quando se fala da cidade de Fortaleza, turisticamente, está-se falando de poucos bairros, dentre eles, Meireles, Praia de Iracema e Praia do Futuro.

Conforme anunciado antes, na cidade de Fortaleza, a classe dominante por muito tempo ocupou as áreas a oeste e ao sul, quando o estado do Ceará vivia ainda no sistema de produção agropecuária, período em que os grandes proprietários de terras eram os representantes da elite local.

A chegada da década de 1930 veria Fortaleza expandindo-se rapidamente para além dos limites urbanos fixados pela planta de Hebbster. A consolidação das ligações ferroviárias e rodoviárias possibilitou a ligação com demais regiões do interior e dos estados vizinhos.

A partir dessa década, as tentativas de organização do crescimento da

¹⁴ Os equipamentos os quais o autor se refere são equipamentos de hospedagens agência de viagens, restaurantes etc.

cidade, através de planos urbanísticos, foram tornando-se cada vez mais problemáticas por serem incapazes de acompanhar o rápido crescimento populacional e as tensões sociais geradas pelo processo de urbanização acelerada.

A transformação do modo de produção no estado, década 50 a 70, faz emergir uma nova classe, vinda do setor agropecuário ou ascendendo socialmente por meio do comércio, como ilustra bem Carvalho, em seu livro *Aldeota* (2003), através da figura de Chicó, homem simples do Cariri cearense, que conseguiu fazer fortuna em Fortaleza. Com o processo de industrialização, quem se adaptou à transformação pela qual a cidade de Fortaleza passou, ganhou “status” e dinheiro e, com isso, mudou-se para o lado leste da cidade.

A necessidade de alocação da nova classe faz surgir também novos bairros, ou áreas de interesse. Assim, bairros como Fátima, Aldeota, Meireles, Praia de Iracema, Dionísio Torres e tantos outros serviram de alocação da nova classe abastada fortalezense.

É justamente na década de 1970, que Oliveira (1992) identifica o começo do processo de abandono das antigas áreas nobres da cidade (especialmente o Benfica e a Jacarecanga) pela burguesia comercial e financeira, que começa a mover-se para locais como a Aldeota, que passa a constituir-se como um subcentro.

Ao mesmo tempo, o crescimento populacional continua ganhando impulso, especialmente, a partir da década de 1950. Com a nova dinâmica de algumas capitais nordestinas, o êxodo rural, que tinha como ponto de chegada as capitais do Sudeste e do Sul, agora encontra apoio nestas. A partir dos anos 70, essas capitais começam a sofrer com a pressão desses imigrantes, e Fortaleza não foge a esta regra.

O surgimento dessa nova classe faz com que os novos negócios sirvam de catalisadores, impulsionados pelo turismo e pelos escritórios de serviços para a nova dinâmica da orla. Além desse fator, essa região servia como local de lazer, ou seja, de socialização, pois já haviam sido instalados alguns dos chamados clubes sociais que as principais famílias fortalezenses freqüentavam.

Partindo da perspectiva de melhoramento da atividade turística, as cidades assumem um novo papel no cenário da economia contemporânea: o papel de competidora. Pelas observações feitas, percebemos que nunca as cidades necessitaram de tanto adorno para atrair investimentos. É por essa inclinação que podemos fazer uma averiguação do processo de intervenção nos bairros da Praia de Iracema, Meireles, Praia do Futuro e tantos outros bairros da orla marítima de Fortaleza.

Se fizermos um levantamento histórico sobre os bairros da orla de Fortaleza, observaremos que eles, os desta localidade, eram tidos como espaço da população menos favorecida, com seus costumes e sua forma de interagir com o ambiente. Posteriormente, a classe mais favorecida foi despertando interesse por tais localidades e utilizando-as para estabelecer a segunda residência, assim como área de veraneio. Entretanto, com o advento do turismo, estas localidades passaram a ser vistas como área estratégica no contexto do turismo de sol e praia¹⁵.

Aos poucos, vão-se incorporando novas formas de uso do solo. Os moradores ou vão se adaptando a esses novos modos de uso ou têm que sair para ceder espaço aos novos agentes, seguindo o raciocínio da física newtoniana ao afirmar que dois corpos não podem ocupar o mesmo lugar no espaço.

O modelo turístico de sol e praia do litoral cearense desenvolveu-se com mais intensidade nas últimas duas décadas, com o propósito de programar o turismo massivo, promovido por uma procura interna limitadamente diferenciada, caracterizando-se por uma demanda de oferta de um produto padronizado de considerável rigidez, sustentado nos recursos naturais: as praias.

Nas últimas décadas (1980, 1990, 2000), a cidade de Fortaleza vem configurando-se como uma cidade turística, e a temática vem atraindo pesquisadores das mais distintas formações, que encontram um campo novo e cada vez mais rico e complexo de estudos.

Tabela 1: Segmentos da demanda turística, via Fortaleza – 1995/2002.

¹⁵ Turismo de Sol e Praia constitui-se das atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor. Denominação Criada pelo Ministério do Turismo do Brasil

ANOS	LAZER/VISITAS	EVENTOS	NEGÓCIOS	OUTROS
1995	571.333	15.236	152.355	22.853
1996	578.899	16.441	155.542	22.365
1997	651.840	24.250	267.720	26.170
1998	827.822	53.198	382.770	33.738
1999	937.231	86.086	330.461	34.712
2000	933.339	120.633	383.010	70.872
2001	1.094.449	48.932	415.923	71.767
2002	1.227.513	71.810	442.068	58.609

Fonte: Indicadores Turísticos do Ceará, 1995/2001 (SETUR/CE, fevereiro de 2002) Obs: a) lazer inclui visitas a parentes e amigos; b) 1995/96 – dados estimados por regressão e c) dados de 2002 são previsões da SETUR/CE.

Para a Geografia, que se preocupa com a relação homem natureza, o turismo é estudado devido às formas de como ele transforma o espaços, ou melhor, formas de retirar da paisagem um viés econômico e uma série de outros fatores. O aproveitamento dos atributos econômicos, proporcionados pelo turismo, gera desdobramentos nas mais diversas variáveis, isto posto, faz-se necessária uma abordagem capaz de evidenciar a complexidade que são esses espaços.

Segundo Morin (2000), a compreensão do conceito de complexidade é um desafio inovador nos estudos sobre turismo. Seu argumento inicial é afastar a noção de “sistema” da estabilidade conferida pela teoria dos conjuntos (com seus modelos e classificações) e aproximá-la do processo imaginativo. Sistemas complexos, apenas no senso comum, podem ser tidos como “complicados”. Porém, não é sua “simplificação” que permite seu entendimento prático; mas o envolvimento motivacional de suas nuances.

Quando se fala de turismo em Fortaleza, o que se tem percebido são formas dicotômicas de interpretação: de um lado, aparecem os que afirmam ser uma atividade moderna, necessária e transformadora da estrutura econômica e social, impulsionadora do desenvolvimento, causadora de intercâmbio cultural com possibilidade de aprendizagem, e muitos outros argumentos que o “glorificam”; por outro lado, aparecem os que afirmam ser uma atividade que degrada os espaços e as pessoas; determinante e impulsionadora de uma série de mazelas que acomete as pessoas, principalmente as menos favorecidas.

O turismo é uma atividade da qual o homem procura tirar o máximo de proveito e isso é possível a partir da imagem passada, através dos holofotes, para

os possíveis consumidores. Uma paisagem é trabalhada a ponto de serem destacados os “belos elementos” nela contidos.



Figura 4: Fotografia aérea da orla marítima de Fortaleza.

Fonte: Aerofoto Nordeste (2000).

O estudo dessa atividade, abordado de forma multi e interdisciplinar, gerará subsídio para uma melhor compreensão dos seus desdobramentos complexos na cidade de Fortaleza. Do ponto de vista do discurso, no modelo de turismo de sol e praia, Fortaleza enquadra-se perfeitamente, haja vista ser uma cidade inserida no semi-árido nordestino, onde outros atrativos naturais ainda não despertaram interesses nos visitantes.

Fortaleza é adornada com os equipamentos de forma a transparecer local perfeito para quem quer gozar de paz e tranquilidade, conforme a fotografia acima. Os espaços veiculados nos meios de divulgação turística são os mais belos possíveis. Tudo é trabalhado de forma a criar nas pessoas um julgamento de benefício em prol da atividade. Diante disso, Fortaleza legitima as políticas voltadas para a atividade e incentiva o consumo dos serviços turísticos.

Se tomarmos como referência os manuais de turismo da cidade de Fortaleza, o que iremos perceber são os espaços de apropriação dessa atividade,

onde são mostrados, de forma sistemática, os roteiros de uma “ilha da fantasia” da capital cearense. Aí fica bem delimitado o que é do que não é turístico.



Figura 5: Fotografia do aterro da Praia de Iracema.
Fonte: www.ceara.com.br

Porém na “Cidade do Sol”, como é “vendida” a nossa capital, os espaços negligenciados pelas propagandas do turismo estão lá, aptos a receberem os visitantes, que nem sempre são conceituados como turistas. Estes, muitas vezes, são influenciados pelas imagens praianas ou pelas informações de residentes, pela busca na Internet ou quaisquer umas dessas variáveis que a abordagem turística não chega a mencionar.

Os espaços turísticos de Fortaleza apresentam-se de forma muito imbricada. Na sua totalidade, os elementos que afugentam o turismo parecem ser bem mais significativos. Ao que nos parece, os serviços e equipamentos turísticos foram pensados para servir unicamente aos turistas. Parece não haver articulação dos promotores do turismo, no sentido de viabilizar os serviços e equipamentos para a população residente em Fortaleza, mostrando que há uma clara investida no sentido de explorar o turista.

Os elementos da paisagem de um determinado espaço turístico são apresentados na medida em que eles servem para deslumbrar os turistas. Já os que não favorecem a satisfação deste turista não são percebidos nem pelo próprio. Há

uma estrutura montada para trabalhar a percepção dos turistas. Segundo Luchiarri (1999, p. 115):

O turista, este sujeito/objeto, aliena-se nas regras de uma estrutura rígida que comanda seus trajetos e seu olhar. Considera-se que, no turismo de massa, a relação do turista com o meio será destrutiva. A indústria turística controla seus fluxos, fazendo a mediação entre esse turista e o lugar. O turista não é, então, livre para estabelecer seus próprios tempos e seus itinerários no meio.

Se fizemos uma observação mais atenta sobre a cidade de Fortaleza, entenderemos que o que é e o que não é turístico vive em constante inter-relação. Ao mesmo tempo em que um espaço tido como não-turístico recebe influência dos espaços que são considerados como tal, os que são tidos como turísticos estão diretamente ligados aos espaços que não o são. Nesse momento, surge a pergunta: o que são espaços turísticos? Pergunta que, do ponto de vista conceitual, nem os turismólogos sabem responder, haja vista a dificuldade de conceituação nas ciências.



Figura 6: Lixo acumulado próximo à Ponte dos Ingleses.
Fonte: Arquivo pessoal do autor.

A figura acima é uma fotografia feita em um dos bairros mais expressivos do ponto de vista turístico. Enquanto a paisagem é tomada pela imponente ponte dos ingleses, os elementos menos significativos da paisagem passam despercebidos. As figuras mostram lixo acumulado a menos de 20 metros de um dos equipamentos turísticos mais significativos do bairro Praia de Iracema.

Nesses espaços turísticos, mesmo dotados de uma infra-estrutura mais

adequada para o embelezamento da paisagem, os elementos que “enfeiam” o ambiente estão presentes como enclaves permanentes. Se fizermos uma visita aos bairros do lado leste de Fortaleza, verificaremos que os problemas, como o de saneamento básico, limpeza pública, ordenamento das atividades comerciais, comércio ambulante, dentre outros referentes aos espaços “não-turísticos,” são uma constante.

De uma forma geral, o turismo tende a ocorrer em um dado território. Por uma abordagem simplista, essa inserção nos territórios alheios gera impactos negativos ou positivos, tanto para o turismo quanto para os territórios “invadidos” por ele. Essa forma de interpretação leva-nos a reforçar a idéia maniqueísta de que ou é bom, ou é ruim. Isso não é verdade, pois sobre o bom e o mau podemos fazer uma série de indagações e ainda não chegaremos ao consenso final.



Figura 7: Vendedores no calçadão da Beira-Mar.

Fonte: Arquivo pessoal do autor.

O espaço turístico nas cidades, antes de ser considerado como tal, dever ser considerado como espaço urbano, onde toda sociedade participa de sua formação, como afirma Carlos (1994 p. 41):

A cidade apresenta-se como um fenômeno concentrado e contraditório, fundamentado numa complexa divisão espacial do trabalho; uma aglomeração que tem em vista o processo de produção norteador pelo trabalho assalariado, pela socialização do trabalho, pela concentração dos meios de produção e pela apropriação privada.

Se os turistas estão amparados pelo poder econômico, os residentes estão amparados pelo nível de relacionamento entre eles, e o simbólico também a esses pertinentes. Isso é facilmente percebido “nas áreas turísticas” de Fortaleza, especificamente naquelas onde ainda existem traços de comunidades pesqueiras e artesanais. Os processos que levam à identificação são tanto individuais, como coletivos. Subjetivamente, o indivíduo recebe uma gama de sensações produzidas por experiências relacionais, mediante sua participação em encontros de grupo ou agregados sociais.

A necessidade de interação social, ao mesmo tempo em que se forja, também é forjada por sensações introjetadas pelo indivíduo e produzidas por experiências em grupos sociais com que convive ao longo do tempo de sua vida, Costa (2005).

A cidade, local de aglomeração de pessoas, cria e recria possibilidades de identificação dos seus agentes em seus espaços. Mesmo convivendo em um espaço marcado pela diversidade, muito presente em todas as partes, os grupos nas metrópoles procuram sempre resguardar seus espaços de convivência, territorializando de forma micro seus valores e seus signos, para manter suas necessidades relacionais e sua identidade. Podemos entender a cidade como uma rede de relações na qual são tecidos múltiplos processos de identificação. A diversidade social produz o constante encontro com o outro, conforme diz Costa (2005).

3. PRAIA DE IRACEMA CONFIGURAÇÃO DOS CONTRASTES ESPACIAIS

A Praia de Iracema encontra-se inserida nessa faixa do litoral que o autor chama de litoral leste, pois como a maioria dos autores que estudam o espaço urbano de Fortaleza este optou por dividir o litoral Fortalezense em Litoral Leste e Litoral Oeste, tendo o centro como o marco divisor.

A configuração urbana da praia de Iracema das décadas de 1920 e 1930 é caracterizada por ser uma área voltada para as residências de final de semana, chegando a ser considerada o cartão postal da cidade de Fortaleza.

A construção do porto do Mucuripe desencadeou problemas para essa área principalmente de ordem ambiental, trazendo a sua desvalorização, dando lugar a uma espécie de ocupação desordenada, marcada por construções de casas populares. Com a dinâmica do turismo, essa área ganha uma nova configuração como afirma Dantas (2002):

Com a transformação das cidades e vilarejos litorâneos em pontos de recepção e/ou ponto de distribuição dos fluxos turísticos, observa-se a valorização contemporânea do litoral. Este fenômeno impõe-se como elemento de reflexão ao exigir modificação dos usos do litoral, espaço que deixa de ser virgem, ou simplesmente lugar de habitação e de trabalho dos pescadores, e se transmuda, atualmente, em lugar de negócios, sob o efeito da especulação imobiliária e do veraneio e, principalmente, dos empreendedores turísticos e dos turistas. (DANTAS, 2002, p. 102).

A partir da implementação dos investimentos turísticos, já na década 80/90, começa a existir uma “pressão” nos moradores da Praia de Iracema, abrindo espaço para novas construções e firmando meios diversificados de resistência. A transformação pela qual passou a cidade de Fortaleza, elegendo bairros para implantação de equipamentos turísticos, não é suficiente para afirmarmos precisamente que tais espaços sirvam apenas para tal fim.

Dizer que o bairro da Praia de Iracema é um bairro puramente turístico é uma afirmação precipitada, apesar de ser um dos menores bairros da capital cearense e servir como símbolo na propagação da imagem turística de nossa cidade, os elementos não-turísticos estão presentes nele constantemente. O tema

proposto visa a entender a atual configuração desse complexo movimento de transformação, exclusão e implementação de elementos na paisagem da orla marítima de Fortaleza, particularmente à faixa de praia que envolve o bairro Praia de Iracema.

Para o desenvolvimento do estudo da complexidade do lugar turístico no bairro Praia de Iracema, leste de Fortaleza, foram feitas leituras nas quais se delineou o referencial teórico e este, junto com as disciplinas do Mestrado e da graduação, possibilitaram compreender as relações dinâmicas e contraditórias da área em questão.

A prática acadêmica do autor tem conduzido a uma série de inquietações, especialmente devido à tentativa de contribuição com o trabalho de alguns autores ao se referir aos espaços turísticos de Fortaleza. O que pretendemos é fazer uma abordagem que venha a acrescentar elementos na compreensão dos complexos desdobramentos, originados pelas ações implementadas ou por implementar.

Os argumentos acima apresentados, em conjunto com as questões identificadas na definição do objeto, demonstraram a necessidade deste estudo. Acreditamos que ele trará uma contribuição especial na tomada de decisão das ações públicas, para os pólos turísticos do Ceará, com destaque para o bairro em questão, que cresce em importância e interesse. Acredita-se que possa servir para um aprofundamento na discussão teórica que se desenvolve sobre o turismo.

O bairro Praia de Iracema, apesar da tão propagada decadência, é um local que concentra a maior quantidade de meios de hospedagem por metros quadrados e é uma das áreas de maior valor no solo urbano de Fortaleza.

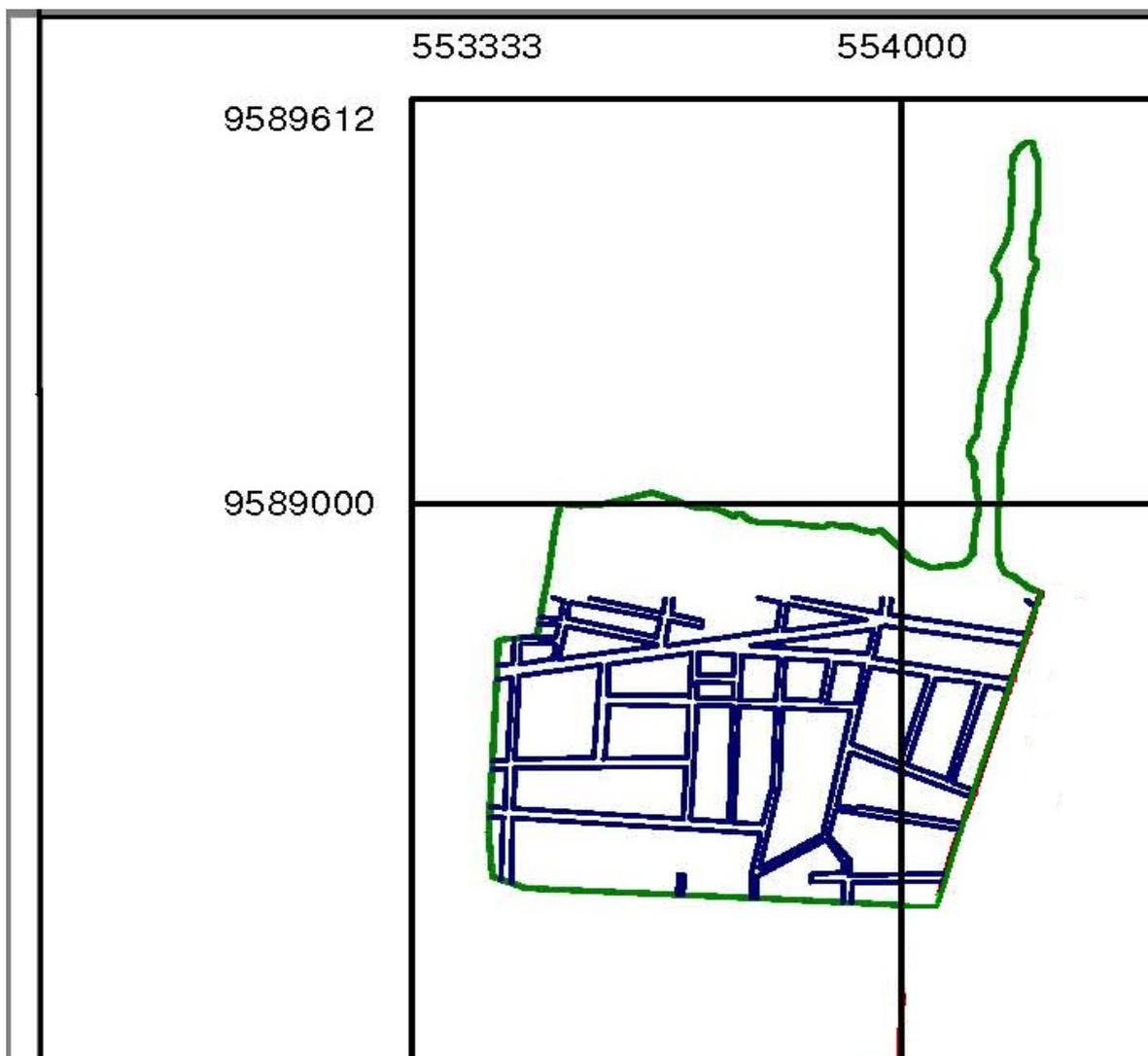


Figura 8: Mapa básico do traçado das ruas do bairro Praia de Iracema – PMF.

Fonte: Sistema de Projeção: Universal transversa de Mercator (UTM). Digitalização Andréia Crispim.

Segundo dados da Regional II¹⁶, os limites do bairro são: inicia na confluência da Ponte dos Ingleses com a linha do litoral, segue por essa linha do litoral, no sentido leste, até encontrar a linha de prolongamento da Rua João Cordeiro. Na seqüência, vai-se por essa linha até a Rua João Cordeiro, no sentido sul, encontrando a Av. Mons.Tabosa. Seguindo por essa avenida, no sentido oeste, encontra-se a Rua Almirante Jaceguai que vai, no sentido norte, encontrar a Av. Alm. Barroso. Segue-se por essa outra avenida, no sentido oeste, até encontrar a Av. Alm. Tamandaré e, depois, no sentido norte, até encontrar a Rua dos Tabajaras.

¹⁶ Na última década, a prefeitura de Fortaleza passou por reformas que mudaram a distribuição das atribuições e da administração. Uma das reforma ocorreu em 1 de janeiro de 1997 com a lei n° 8.000. Nesta lei, ocorreu uma mudança geral na gestão da cidade e a mesma foi dividida em seis regiões, formadas individualmente por bairros circunvizinhos, que apresentam semelhanças em termos de necessidades e problemas. Foram criadas seis secretarias denominadas de Secretaria Executiva Regional, com seus respectivos números, do I ao VI.

Vai-se por essa rua, no sentido oeste, até encontrar a Travessa Viaduto Moreira da Rocha, seguindo, por essa travessa, no sentido norte, até chegar ao ponto inicial.

As tabelas abaixo demonstram dados relativos aos aspectos urbanos e sociais do bairro.

Tabela 2: População residente por situação domiciliar, densidade demográfica e taxa de urbanização – 2000.

Área	Total	Densidade demográfica	Taxa de urbanização
Praia de Iracema	3.150	6.176,47	100%
Fortaleza	2.141.402	6.854,68	100%

Fonte: IBGE - Censo demográfico 2000.

Em relação à cidade de Fortaleza, o bairro apresenta uma densidade demográfica um pouco menor. Um dado que chamou a atenção foi o fato de na Praia de Iracema, nos anos de 1991 a 2000, enquanto o número de residências aumentou, o número populacional diminuiu. A população alfabetizada era menor em 1991 e maior 2000¹⁷.

Tabela 3: População residente nos bairros e em Fortaleza, por sexo e situação domiciliar 2000.

Discriminação	População				
	HOMENS	% Total	Mulheres	% Total	Total
Praia de Iracema	1.393	44.22	1.757	55.78	3.150
Fortaleza	1.002,236	46.80	1.139,166	53,20	2.141,402

Fonte: INPLANCE – Anuário Estatístico – 2002/2003.

IBGE – Censo Demográfico.

Comparando com Fortaleza, o percentual de homens residentes na praia de Iracema é menor. No tocante à diminuição de residentes, ocorrida entre 1991 e 2000, o percentual de mulheres foi bem mais significativo.

¹⁷ Dados do IBGE população alfabetizada na Praia de Iracema em 1991 e 2000: 2719 e 2867, respectivamente. Sendo que, em 1991, o número de mulheres era de 1889.00, e o de homens, 1374.00. Em 2000, o número de mulheres era de 1757,00 e o de homens 1393.

Tabela 5: População residente, por grupos de idade, segundo os bairros da área em Estudo e de Fortaleza – Ceará, 2000.

Faixa Etária (anos)	Praia de Iracema		Fortaleza	
	Nº	%	Nº	%
0 a 4	146	4,63	204.402	9,54
5 a 9	181	5,75	206.078	9,62
10 a 19	575	18,25	454.297	21,24
20 a 29	578	18,35	400.640	18,72
30 a 39	518	16,44	339.951	15,88
40 a 49	429	13,62	230.307	10,75
50 a 59	319	10,14	144.866	6,77
60 a mais	404	12,82	160.231	7,48
TOTAL	3.150	100	2.141.402	100

Fonte: IBGE – Censo demográfico 2000.

Pelos dados acima, podemos fazer uma reflexão sobre a população dos países periféricos. Na cidade, uma população relativamente jovem se apresenta, no entanto, na Praia de Iracema, o percentual de pessoas com mais idade é superior à média de Fortaleza.

Tabela 6: Rendimento do chefe em domicílios particulares permanentes

Rendimento Médio Mensal	Praia de Iracema	Fortaleza
Até 1 Salário Mínimo	64	129.706
Mais de 1 a 2	117	120.359
Mais de 2 a 3	60	52.977
Mais de 3 a 5	120	58.243
Mais de 5 a 10	170	61.544
Mais de 10 a 20	168	36.578
Mais de 20	136	23.707
Sem rendimento	31	52.843

Fonte: IBGE – Censo demográfico 2000.

Em relação à Fortaleza, os rendimentos dos moradores da Praia de Iracema é bem superior, entretanto é bom levarmos em conta o fato de que isso não reflete as condições gerais de todos os moradores, haja vista o considerável número de pessoas de baixo poder aquisitivo que reside nessa área.

A intervenção nesse bairro, para prospectar investimentos, acontece, na maioria das vezes, promovida pelos poderes públicos municipal, estadual e federal, como afirma Aquino (2003, p. 90):

Esses espaços passam por processos de intervenção urbana com a finalidade de resgatar seus patrimônios, que se encontram em estado de decadência e deteriorização para transformá-los em pólos de atração turística, promovendo a recuperação / reforma de prédios históricos. Estes processos não são insetos de críticas, pois muitos casos, esses espaços são transformados em lugares de consumo, impondo nova sociabilidade, além da descaracterização arquitetônica,

As intervenções sofridas não são apenas de infra-estrutura, mas em variável de maior abrangência, tais como: a promoção da remoção de moradores mais antigos, uma nova forma de cobrança de tributos, a regulação de determinados serviços e, por que não dizer, até mesmo a formação de mão-de-obra para ser aplicada nessas áreas¹⁸.

Conforme nos orienta Morin (2002), sobre a impossibilidade contemporânea de entender separadamente o todo e as partes, os processos de intervenção na orla marítima de Fortaleza vão além da perspectiva da cidade. Tal fato é uma tendência pela qual outras cidades brasileiras e mundiais vêm passando na tentativa de atender aos interesses do capital.

No contexto da intervenção, as várias cidades brasileiras também passam pelo mesmo processo, que Sanchezz (2001, p.162) salienta com a noção de revitalização e sugere que “num espaço revitalizado, antes não havia nenhuma forma de vida social a qual passa a existir a partir do planejamento”. Por essa perspectiva, o modo de intervir na Praia de Iracema, não poderia ser interpretada como revitalização, pois antes havia uma vida ativa, e bem ativa.

É neste contexto que a faixa leste de Fortaleza pode ser entendida. É pela perspectiva de renovação que os bairros de Iracema e Meireles podem ser vistos para atender às demandas de uma nova classe de consumidores: os turistas e os emergentes¹⁹.

3.1 Praia de Iracema, espaço privilegiado para o turismo em Fortaleza

A opção de abordar a complexidade do espaço turístico no bairro Praia Iracema deve-se ao fato de ser nessa área da cidade que está concentrada a maior parte dos equipamentos de suporte²⁰ ao turismo receptivo do estado do Ceará.

A maioria dos visitantes, que preenchem as estatísticas oficiais do turismo

¹⁸ O autor se refere aos cursos que são criados dentro das instituições públicas, como é o caso do curso de Turismo.

¹⁹ O autor refere-se aos novos agentes que se adaptaram aos meios de produção das décadas de 1960 a 2000.

²⁰ O autor se refere aos meios de hospedagens, sejam flats, hotéis ou pousada.

no nosso estado, passa por Fortaleza, haja vista a infra-estrutura urbana que ela apresenta. Por ser o bairro supracitado local de concentração das melhores ofertas de serviços para o setor, a presença marcante de turistas é indiscutível.

Nesta faixa da capital cearense, ocorreram e ocorrem as mais freqüentes intervenções voltadas para o setor turístico, seja por parte do estado, que se destaca como um dos agentes mais atuantes, seja por parte dos promotores das atividades econômicas, no caso da atividade turística.

A forma como cada personagem utiliza os espaços turísticos varia de acordo com seus interesses e suas possibilidades de uso. A praia de Iracema, a partir da década de 1980, começa a se consolidar como uma área de sociabilidade noturna, onde boêmios e intelectuais se encontram para discutir os mais diversos assuntos. Sobre tal assunto, comenta Aquino (2003, p. 71):

A praia de Iracema como espaço de sociabilidade noturna intensifica-se a partir dos anos de 1980 em virtude da instalação de bares, que vão dando uma nova configuração ao lugar em termos de uso e ocupação do solo, assumindo uma conotação mais comercial.

Os hotéis, que antes eram instalados no centro da cidade, aos poucos vão perdendo expressividade nessa localidade e começando a se instalar na orla. Por exemplo, na praia de Iracema, citamos os seguintes: [Abrolhos Praia Hotel](#), [Água Marinha Hotel](#), [Álamo Praia Hotel](#), [Aldeota Praia Hotel](#), etc. Já, no bairro Meireles, destacam-se os hotéis: [Celiza's Hotel](#), [Círculo Praia Hotel](#), [Hotel Beira Mar](#), [Hotel Jardim](#), etc.

A pesquisa realizada junto ABIH (Associação Brasileira da Indústria hoteleira) aponta, em Fortaleza, 157 meios de hospedagens, incluindo flats, pousadas e hotéis. Desses estabelecimentos, 48 estão localizados no Meireles e 34 na Praia de Iracema. Em termos de concentração espacial, a Praia de Iracema aparece com maior número de hospedagem.

Nos programas de fomento ao turismo, os que são mais notáveis são os que constroem equipamentos urbanos. Partindo da concepção de que um novo equipamento no espaço transforma a sociedade e o próprio espaço, e tratando-se

de elementos turísticos no Ceará e em Fortaleza, a praia de Iracema tem sua expressividade na concentração destes equipamentos.

A valorização do litoral acontece de forma contraditória, pois se buscou evidenciar a paisagem natural e esqueceu-se de incluir os antigos moradores. Todo o processo é pensado para atender aos interesses econômicos, porém o econômico sempre voltado para os detentores do poder de decisão. O histórico da ocupação das áreas litorâneas de Fortaleza contribui para o esclarecimento dos problemas do bairro Praia de Iracema.

Em contrapartida, os elementos que dizem não ao turismo estão sempre presentes, o que supomos ser também um bairro não-turístico. Portanto, o estudo tem como objetivo um melhor entendimento da complexidade que apresenta o bairro Praia de Iracema, tanto no que diz respeito ao campo do social como do urbanístico.



Figura 9: Água acumulada nas ruas.

Fonte: Arquivo pessoal do autor.

A figura acima é da Rua José Avelino com Almirante Jaceguay, Praia de Iracema, próximo a um dos principais pontos de atração turística do estado do Ceará, instalações do Centro Cultural Dragão do Mar de Arte e Cultura; a água de esgoto a céu aberto acumula-se mesmo em período não chuvoso.

3.2 A permanência dos aspectos do Bairro residencial

Pensar que esses lugares turísticos foram criados apenas para quem pode pagar, é um equívoco claro. Numa observação simples, verificamos que os mais diversos tipos de usuários freqüentam esses espaços, seja fazendo lazer, seja desenvolvendo alguma atividade que dê sustentação à sua forma de vida.

A praia de Iracema era local de moradia de população menos favorecida economicamente. Os novos interesses, por parte da classe dominante, fizeram com que o bairro ganhasse uma nova dinâmica urbana. Apesar dos projetos em infraestrutura para o bairro, a população resistente ainda permanece na área, principalmente na parte mais ao centro.

Diante dos interesses que tentam arrebatam a população local para áreas mais distantes, os moradores formam os movimentos, fruto das relações entre moradores de uma mesma localidade ou que tem interesses em comum, resultados de encontros cotidianos.

As décadas de 70 e 80 os movimentos sociais urbanos têm seu apogeu, momento em que a problemática urbana torna-se cada vez mais acirrada, na medida em que o processo de consumo/produção é barrado para a maioria da população e os problemas ambientais passam a ser cada vez mais visíveis, Souza (2000, p. 140).

Na Praia de Iracema os movimentos por parte dos moradores têm início no começo da década de 1980, segundo Aquino (2003, p. 108):

A associação é legalmente criada no dia 14 de julho de 1984, passando a ser denominada de Associação dos Moradores da Praia de Iracema – AMPI. Conforme ata de fundação, o conselho diretor da associação de a seguinte formação: Lúcia pena Forte (presidente), Valéria Brandão (vice-presidente), Efímia Rola (secretário geral). Por não dispor de sede própria, o salão do Estoril abrigou as reuniões iniciais da associação, cujas primeiras ações focalizaram o setor dois, que se via ameaçado frente à especulação imobiliária que começava a ceifar a área.

Os vários usuários do solo estão em constante movimento numa dimensão espacial pequena, porém suas órbitas parecem não se cruzarem pela

dimensão econômica.



Figura 10: Equipamento comercial voltado para atender a população local da Praia de Iracema.

Fonte: Arquivo pessoal do autor.

O estabelecimento acima é um restaurante, localizado na Rua Tigipió. O público freqüentador é composto pelos moradores menos favorecidos da Praia de Iracema e parte de pessoas de outros bairros, que trabalham nessa área e têm um baixo poder aquisitivo. Verificando a figura acima, são nítidos os vestígios dos vários agentes que tornam a análise do bairro uma tarefa complexa.

Andar por esse bairro, tido como turístico, é vivenciar uma série de elementos complexos que não podem ser entendidos sem levar em conta todo o processo de transformação, tanto em âmbito local quanto em âmbito global, ou seja, as modificações sofridas pelo processo produtivo e as novas realidades vivenciadas pelos agentes produtores do espaço.



Figura 11: vestígios dos vários agentes usuários do solo urbano.
Fonte: Arquivo pessoal do autor.

Enquanto as imagens da cidade são trabalhadas para serem veiculadas nos meios de comunicação, os aspectos reais da cidade permanecem intocados. Os vestígios de uma população sofrida e mal atendida pelo poder público apresentam-se a poucos metros das belas imagens. Mesmo sendo a paisagem urbana um contraste de elementos, a mídia consegue maquiá-la a fim de retirar mais proveito econômico. A figura que segue é uma fotografia que reforça a idéia da cidade de Fortaleza turística, com cores fortes para destacar a beleza que é a nossa cidade.



Figura 12: Imagem de Fortaleza turística.
Fonte: Aerofoto Nordeste 2002.

3.3 Aspectos não turísticos do bairro Praia de Iracema

É fato notável que o turismo é uma atividade que mobiliza grandes fluxos e que, por sua vez, gera altíssimos índices de trocas comerciais e negócios entre as regiões de emissão e recepção de turistas. Além da dimensão econômica, a dimensão social e cultural que o abriga é fator que deve ser lavado em conta.

O turismo é um fenômeno de aproximação e de afastamento das pessoas. Através do contato que promove entre as diferentes culturas, uma vez que coloca, ao mesmo tempo, em um espaço temporariamente compartilhado, a pluralidade cultural da humanidade. Porém essa aproximação entre os “diferentes” nem sempre é uma aproximação social e puramente uma aproximação espacial.

Pela dimensão sócio-cultural do turismo, Swarbrooke (2000) defende sua forma ideal em decorrência de: equidade, assegurando que todos os que investem no turismo sejam tratados de forma justa; ética, o turismo agindo com honestidade em relação ao turista e tendo ética na forma de lidar com os a população autóctone e, igualmente, os governos dessas localidades sendo éticos em relação à sua população local e aos turistas; equivalência de parceria, isto é, os turistas tratando os que os servem como parceiros iguais e não como subalternos.

Por essa dimensão do turismo a que se refere Swarbrooke, ganha eco na atualidade, uma discussão sobre o ponto de vista dos impactos do mesmo no universo cultural das comunidades receptoras. Principalmente a respeito do seu caráter negativo para as comunidades locais, na manifestação de suas tradições culturais, no efeito sobre os seus valores e comportamentos sociais; e, portanto, no reflexo sobre a identidade das comunidades autóctones, impactadas pela atividade.

Analisando o caso da Praia de Iracema, a aproximação entre “diferentes” gera fronteiras intransponíveis, e isso é explicitado entre vários aspectos, mas principalmente através da paisagem.

Os aspectos paisagísticos do bairro Praia de Iracema refletem um contraste de imagem. No bairro, há muitos equipamentos turísticos que conseguem camuflar os elementos de uma cidade desigual e atrasada. Os problemas que não dizem respeito ao turismo, não chegam a ser explicitados fora dos limites do bairro.

Neste espaço, existe um público que não participa dos benefícios do turismo, suas casas e modo de vida são estranhos à atividade promotora de “bem-estar”. O bairro turístico está restrito praticamente à orla. Apesar de existirem muitas pousadas semeadas por todo o bairro, as pessoas que procuram esses equipamentos não vivenciam o modo de vida dos moradores mais antigos.



Figura 14: Estabelecimento de conserto de sapatos e chaves.

Fonte: Arquivo pessoal do autor.

Os moradores do espaço não-turístico da Praia de Iracema organizam suas formas de vida e suas atividades, seu modo de viver. A interação do turístico e o não-turístico é praticamente nula, apesar de muito próxima. A figura acima é a fotografia de um estabelecimento de serviços, situado na Rua Tomas Lopes, que explicita uma das várias atividades desenvolvidas por um morador, oriundo dos tempos da Praia de Iracema dos menos favorecidos.

A figura que segue demonstra um terreno baldio próximo à Rua Padre Justino, espaço utilizado pela população jovem para as práticas de lazer. É um espaço de sociabilidades jovens do bairro. Nesse local, o lazer pode ser praticado sem interrupções de estranhos, como acontece no espaço turístico.



Figura 15: Espaço de lazer dos moradores do espaço não-turístico do bairro.
Fonte: Arquivo pessoal do autor.

Os moradores da parte central do bairro Praia de Iracema são isolados por uma fronteira econômica que os obriga a se socializarem entre si, para os diversos fins. Apesar de a poucos metros existir uma área de lazer estruturada, esses moradores preferem abster-se dos espaços turísticos e se apropriarem dos seus espaços não-turísticos.

Para parte dos moradores da Praia de Iracema, o espaço turístico se apresenta apenas como algo exterior a seus interesses. Como ilustra Viana (2005) “e a cidade que tem braços abertos num cartão postal com os punhos fechados na vida real lhe nega oportunidades mostra a face dura do mal”.

A volumosa parcela de recursos alocada em infra-estrutura não se acopla aos interesses de parte dos moradores do bairro e transforma o espaço num elemento de enorme importância para o capital imobiliário construtor, que se apropria da área valorizada pelos investimentos públicos. Os investimentos em infra-

estrutura geram uma valorização estética da paisagem e, com isso, os custos dos bens e serviços se elevam, pois são elaboradas para uma população alheia ao lugar.

É o custo elevado dos bens e serviços, ofertados no espaço turístico da Praia de Iracema, que faz que seus moradores criem seus próprios convívios, suas moradias e suas socializações. A estética das residências é comum à periferia, existem serviços e mercadorias voltadas aos moradores do espaço não-turístico do bairro.



Figura 16: placa informando a venda de din-din.
Fonte: Arquivo pessoal do autor.

Enquanto os promotores do turismo tentam vender o espaço como paraíso, as pessoas que não têm relação com o turismo e são integrantes deste espaço tornam-se pacientes e vulneráveis às ações de quem vem de fora. Turistas e moradores são impedidos de se comunicarem por questões simbólicas, econômicas e sociais.

Os equipamentos para servir aos moradores menos favorecidos economicamente da Praia de Iracema são dos mais variados tipos. E estes estão localizados na parte central do bairro. A figura acima é de uma lanchonete localizada na Rua Aquiraz. Segundo sua proprietária, o local nunca foi visitado por nenhum

turista: “Eles num vem pra cá, fica tudo lá na praia, num sabe nem se nós existe, só o pessoal daqui é que vem comprar alguma merenda e num é nem sempre²¹”.



Figura17: Bar sem estrutura para atender às demandas turísticas.

Fonte: Arquivo pessoal do autor.

No bairro que serve como símbolo do turismo, em Fortaleza, existem pessoas que não têm vivência com o turismo nem com os turistas. Pessoas que não se sentem incomodadas pelo turismo, e sim pela forma de como os problemas urbanos os afligem, problemas periféricos.

Os problemas de ordem social, urbanística e econômica são constantes na Praia de Iracema, porém as atenções sempre se voltam para o espaço turístico do bairro. A visita que fizemos às várias ruas do bairro, entrevistando moradores e comerciantes, deixou claro que a tão propagada decadência da Praia de Iracema é a decadência das possibilidades de lucro, pois no espaço não-turístico nunca houve “glamour”. Os contrastes visuais e econômicos no bairro turístico são permanentes e, no bairro não-turístico, sempre foram permanentes e nunca estiveram em evidência nos meios de comunicação.

No bairro em estudo, o moderno se imbrica com o arcaico, formando uma paisagem bem diferente da que é vendida nos cartões postais. O bairro se apresenta como uma colcha de retalhos, com seus múltiplos agentes e elementos.

²¹ Entrevista realizada dia 23 de fevereiro de 2007.

As matérias jornalísticas dão conta da degradação ambiental e dos problemas que assolam a Praia de Iracema, porém sempre dando ênfase ao espaço turístico do bairro.

Afirmar categoricamente que os espaços da Praia de Iracema servem unicamente ao segmento turístico seria um pouco precipitado. Mesmo que este seja um bairro pequeno, local de maior concentração de hospedagens e existindo nele uma grande quantidade de serviços, voltados para o turismo, também há uma parcela da população estranha a esse setor.

Os equipamentos turísticos não atendem aos interesses de parte da população do bairro e a forma como se apresenta a paisagem é bem distinta entre os dois espaços: turístico e não-turístico. Os agentes imobiliários sufocaram parte do bairro de forma a ser esquecido pelo poder público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A respeito dos questionamentos iniciais dessa pesquisa, alguns esclarecimentos foram mais bem entendidos, principalmente, em se tratando dos aspectos relacionados aos espaços turísticos. Um dos esclarecimentos é que o espaço turístico tem características próprias e específicas, mas que se manifestam diferentemente, dependendo do “lugar” em que acontecem, ou seja, dependendo da identidade do lugar e da sua relação com o mundo.

As características de um espaço, na atualidade, não podem ser entendidas sem levar-se em conta o contexto do mundo globalizado. A relação da sociedade no presente reflete diretamente como se deu essa relação, ao longo do processo histórico, em outros locais mais distantes, isto é, como as aspirações da sociedade vão se moldando e muitos outros processos que são ignorados por ela.

Para entender as relações do homem com o meio, e com o próprio homem, há que se fazer uma reorganização das nossas idéias preestabelecidas. A condução de disciplinas em sala de aula, apresentadas separadamente, faz com que, muitas vezes, elas não tenham correlação entre si, produzindo uma fragmentação que nos impede de ver globalmente coisas que são cada vez mais importantes no mundo.

Existem problemas centrais e fundamentais que permanecem ignorados ou esquecidos e que são importantes para qualquer sociedade, para qualquer cultura na compreensão dos processos sociais.

Os espaços construídos pela sociedade humana caracterizam-se por um processo de mudança nas formas de ajustar os elementos sociais e naturais. Por essa perspectiva, a Geografia tem se responsabilizado pelo entendimento não somente do espaço, como também do local de atuação da sociedade e da variável temporal que estampa um desenho diferenciado no decorrer do tempo.

O interesse geográfico pelo estudo do turismo desenvolveu-se por ser essa uma atividade que cria e recria as configurações espaciais diversificadas,

alterando significativamente a paisagem e o lugar. Atividade esta que catalisa o processo de valorização de determinados espaços de uma mesma cidade e impulsiona ainda mais a fronteira econômica existente em países subdesenvolvidos.

Na ótica do desenvolvimento, o turismo apresenta-se como prioridade, levando, assim, as pessoas a acreditar que, através dele, alcançaremos facilmente os benefícios que esta traz para alguns investidores. Não é de domínio público que o turismo aparece como forma de recompensar o tempo gasto com trabalho, e os seus principais beneficiados são os países desenvolvidos.

È notório que o turismo, no pós-guerra, aparece como uma atividade que gera divisas e movimenta bilhões em todo mundo, por isso sua expansão está relacionada à flexibilidade do capital. Assim como a industrialização, o turismo gera seus benefícios aonde ele chega, porém, junto aos benefícios, este mesmo turismo gera os conflitos. Envolvido pelo desenvolvimento econômico, o poder público busca no turismo a solução para o chamado atraso, alcançar o bem-estar é algo que é passado para a sociedade e esta ideologia é aceita facilmente.

Devido à importância que assumiu o turismo na economia mundial, e a busca pelo tal desenvolvimento, o Governo o Federal do Brasil criou os órgãos para planejar e gerenciá-lo, como o Ministério do Turismo, cuja missão é desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social.

A partir do momento em que o turismo começa a despontar como uma atividade geradora de lucros, os estados brasileiros entram numa luta para conseguir atrair investidores desta área para as de seus domínios, principalmente os governos dos estados nordestinos.

Esses investimentos são atraídos a partir de incentivos fiscais ou algum outro tipo de vantagens. Sabendo que a atividade turística precisa de uma infraestrutura, o poder público estadual, com o apoio do poder público federal, investe nessa infraestrutura. Nesse sentido, o estado é um dos principais agentes de fomentação de atratividades turísticas, haja vista que não só os equipamentos da natureza são responsáveis pelo desenvolvimento do turismo.

A preocupação do turismo no Ceará foi dividida em três etapas: a primeira antecede aos anos de 1970. A segunda fase compreende a década de 1970 e 1980, quando houve a implantação dos primeiros projetos de infraestrutura por parte do estado. Na terceira fase, final dos anos 1980, é implantada uma estrutura técnica organizacional, engajada na decisão governamental de entender que o turismo poderia ser um dos principais fatores de desenvolvimento do Estado. Ao verificarmos os programas de turismo do estado, constatamos que os gestores têm optado pela promoção do litoral.

Ao fazer alusão ao turismo, os gestores do estado são unânimes em afirmar sobre os benefícios trazidos por essa atividade e eles estão sempre buscando novas modalidades de turismo para o Ceará, dentre elas o “turismo de eventos”.

As ações do poder público estadual, para viabilizar o turismo no seu domínio territorial, têm reflexo direto na cidade de Fortaleza, pois esta é a cidade mais dinâmica do estado. É em Fortaleza que se encontram os equipamentos que melhor atendem às demandas turísticas, como o aeroporto internacional, os melhores meios de hospedagens, as principais vias de acesso a todo país. Nesse sentido, Fortaleza foi beneficiada com investimentos que complementaram a infraestrutura existente.

Apesar dos investimentos feitos por parte do poder público estadual, refletir-se diretamente em Fortaleza, os gestores municipais, por muito tempo, parecem não ter dado a mesma importância que deram ao estado. Só em 2005 foi criada a Secretaria de Turismo de Fortaleza (Setfor), mas, pelos projetos elaborados por essa secretaria, parece não existir uma articulação entre o estado e o município,

e até mesmo entre o Governo Federal.

Os vários agentes e processos possibilitaram o surgimento, em Fortaleza, de um agente forte e dominante, o capital turístico. Esse influencia nas mais diversas variáveis, destacando-se no setor imobiliário e, aliado ao fator da valorização da orla, conseguiu programar o desenvolvimento de um turismo voltado para as classes de poder aquisitivo mais elevado, gerando uma fronteira entre “pobres e ricos”.

Os espaços turísticos de Fortaleza apresentam-se de forma muito imbricada, pois, na sua totalidade, os elementos que afugentam o turismo parecem ser bem mais significativos. Ao que parece, os serviços e o equipamento turístico foram pensados para servir unicamente aos turistas.

No bairro da Praia de Iracema, essa relação é ambígua. A localidade destacou-se, e ainda hoje se destaca, e despontou para o turismo por causa das suas singularidades, características estas que podem ser entendidas como uma construção histórica, antropológica e econômica e compreendidas por muitos outros vieses.

Ao mesmo tempo em que seus habitantes mostram-se passivos, ao receber as inovações do mundo, conhecer e ter acesso a tantas coisas, que até agora eram distantes, seria uma forma de se incluírem no mundo globalizado, contudo mostram-se resistentes às novas modalidades de uso e de ocupação do bairro mencionados. Porém, essa resistência, ao que se pode perceber, só se fortalece quando não há o interesse por parte do capital. No caso do bairro Praia de Iracema, a presença da população menos favorecida parece não incomodar os interesses do capital.

Numa lógica de consumo, em que as aspirações das pessoas vão além das reais necessidades, o capital não encontra barreira desde que o potencial gerador dele seja visível. As resistências dos moradores flexibilizam-se, isso fica explícito quando, em entrevista a uma moradora do bairro Praia de Iracema, a mesma afirma que eles se mobilizaram para não serem expulsos, por esse motivo

ainda permanecem no local. Porém, em uma conversa sutil, algumas perguntas do tipo de pessoas que compram terreno no local, a mesma moradora, que se diz resistente, afirma que no local as compras são feitas em dólar e que ela própria já recebeu uma proposta pela sua residência no valor de 80 mil reais. Entretanto, uma outra moradora vendeu a residência, com qualidade inferior à sua, por 150 mil reais e afirmou: “se tivesse alguém que pagasse pelo menos 130 mil na minha eu venderia”.

Não só pela análise turística, mas também por tudo que a nossa era nos proporciona, a sociedade local conhece e incorpora costumes, hábitos e elementos de uma cultura mais global, e assim é incluída num processo que não pode ser entendido unicamente pela sua particularidade.

Conforme Morim (2000, p. 48) nos alerta, “Entender e reconhecer as cegueiras do conhecimento, erros e ilusões, é assumir o ato de conhecer como um traduzir e não como uma foto correta da realidade”. Trata-se de sempre estar atento ao fato de que conhecer é uma construção e que seu clímax é algo inatingível. O ato de estar sempre buscando construir o entendimento é louvável na medida em que se busca a própria obra de conhecer o conhecer.

Por assumir os princípios de conhecimento pertinente, entende-se a necessidade de ensinar os métodos que permitam apreender as relações mútuas e as influências recíprocas entre as partes e o todo do mundo complexo.

O entendimento da realidade local torna-se mais complexo na proporção em que os turistas valorizam a singularidade do local, mas querem adicionar a ele singularidades de outros locais. É como se desejassem produzir uma colcha de retalhos, onde os retalhos são as singularidades locais espalhadas pelo mundo, pelo global. Alguns destes retalhos são as particularidades pertinentes a cada grupo social que os diferenciam, o comportamento e o ambiente são características que apenas se assemelham aos dos demais grupos e localidades.

Na Praia de Iracema, observa-se a transformação do lugar, através da incorporação de novos elementos que fazem surgir novos signos e símbolos e da

construção de um espaço com alteração da paisagem. A construção do lugar e do espaço turístico é produzida simultaneamente, mesmo com algumas divergências pela comunidade local, pelos turistas e pelos empresários do setor turístico. Em Fortaleza, as formações do lugar e do espaço turístico acontecem de modo a gerar exclusão e inserção dos mais variados agentes sociais, conseqüentemente, surgem os conflitos das mais variadas ordens.

Esse turismo é concretizado espacialmente através de residências secundárias, em condomínios de luxo, e hotéis, contrastando com a grande parcela da população local que tem renda mais baixa, mas que foi, ao longo dos anos, sendo atraída em conseqüência da implantação de empreendimentos mais sofisticados ou por questões de pouco valor em tempos passados, ou seja, oriundos da época em que esses bairros tinham pouco valor econômico.

Assim, uma parte da população local fica excluída socialmente da apropriação de parte dos espaços que vão sendo produzidos e consumidos pelo e para o turismo. Essa exclusão faz surgir uma nova forma de apropriação pela população de renda mais baixa. Ao mesmo tempo em que assistem a transformação da paisagem natural e construída, através da incorporação de símbolos e elementos que não têm relação com sua identidade e cultura e lhe são estranhos, também esta população insere-se nessas paisagens com seus signos e símbolos. Por essa razão, não é fácil fazer um esclarecimento minucioso dos espaços turísticos em Fortaleza.

Comum ao mesmo espaço, o turístico e o não-turístico conseguem conviver sem interferência direta, um no outro. Se de um lado os turistas conseguem fazer uso dos equipamentos que foram criados para atendê-los, do outro a população local, menos favorecida economicamente, faz uso dos equipamentos criados para ela. Dependendo do segmento social, a fronteira é bem definida e a vultosa soma de recursos, destinada à promoção do turismo, fortalece esta fronteira, deixando-a cada vez mais intransponível.

Pensar em espaço e paisagem é pensar em todos os agentes que os formam. Excluírem agentes porque não tiveram a oportunidade de estabelecer relação efetiva com o que vem de fora e representa parte do global é não está em

sintonia com a complexidade.

È fato comprovado que, no bairro em questão, criam-se não-lugares para a população local ao longo da orla marítima e, nas áreas de maior beleza cênica, são produzidos lugares exclusivos para os turistas. Isso é provado pelos aspectos que se apresentam visivelmente no bairro.

Havia um tempo em que a população menos favorecida interagiu com o meio, de modo a viver dignamente conforme as suas aspirações. No espaço globalizado pelo turismo, imperam as aspirações estranhas ao lugar. A propaganda o consumo e a população local não têm como acompanhar, por esse motivo esta se torna mais vulneráveis ao poder do capital.

Ao mesmo tempo em que o lugar está cheio de significados e identidade para a comunidade local, não tem importância ou é ignorado pelos turistas, constituindo-se de não-lugares. Nesses lugares, surgem, portanto, lugares e não-lugares dos que podem e dos que não podem pagar. Se, por um lado, os que podem pagar dispõem de mais infra-estrutura, equipamentos para suas satisfações, por outro lado, os que não podem pagar inventam e reinventam seus usos coletivos ou individuais.

Isso porque, apesar destes espaços não terem sido programados para o lazer dos menos favorecidos economicamente, estes agentes usam-nos para o trabalho e, conseqüentemente, também fazem proveito para o seu lazer. O espaço turístico é produzido simultaneamente pela comunidade local, pelos turistas, pelos empresários do setor turístico, e principalmente pelo poder público.

Através da intervenção e projeto do poder público, com a promoção de uma nova forma de apropriação do lugar, estabelecendo uma nova forma de uso, há uma insatisfação por parte dos usuários. Projetos e ações, dentro e fora dos limites dos bairros em questão, estiveram sempre presentes, tanto por parte do setor público como por parte do setor privado.

Porém há uma grande diferença entre as ações e projetos desses dois segmentos de investidores. Enquanto o primeiro tem por fim o lucro, o segundo teria

que ter por finalidade principal a satisfação da sociedade em geral. No entanto, o que se observa é o estado beneficiando uma parcela de empresários e pouco se preocupando com a promoção do turismo, como gerador de renda para os vários segmentos da sociedade do local.

Para os espaços turísticos do Ceará e, conseqüentemente do bairro em análise, a formação de mão-de-obra está longe de ser qualificada, porque acontece de forma desarticulada, já que, os que participam do turismo unicamente como mão-de-obra, são explorados no máximo de suas condições de produção.

A mídia controlada pelo seletivo grupo social é capaz de fazer uso da compressão de tempo-espaco e transformá-lo em vantagem. Por este motivo, as ações dessa mídia tornam-se o principal incentivo e instrumento à homogeneização. Os governantes são influenciados a buscarem respostas para o tal desenvolvimento econômico e social da cidade através de sua inserção no mundo globalizado e competitivo.

Ao que parece, não é o turismo que cria a tendência à homogeneização, apesar de ele aparecer como um dos instrumentos para isso. Ao longo do estudo, observamos vários atores e ações que tornam o bairro da Praia de Iracema complexo. O turismo, nessa localidade, dá-se de forma a não contemplar agentes de outras regiões que disponham de pouco recurso.

Sugerimos ações que venham a favorecer o desenvolvimento do turismo com articulação dos serviços disponíveis, para as pessoas que não dispõem de recursos suficientes para pagar apenas os serviços veiculados nos meios de promoção.

Os serviços presentes no espaço não-turístico do bairro Praia de Iracema deveria ser articulado para que fiquem disponíveis a todas as demandas turísticas, e isto seria possível com a promoção da melhoria dos serviços e uma articulação entre os promotores do turismo e os próprios prestadores de serviços do bairro.

No bairro em estudo, uma boa quantidade de ônibus urbanos (Antonio

Bezerra, Mucuripe, Circular, Grande Circular, Parangaba-Papicu, Parangaba-Mucuripe, etc.) passa por dentro dos seus limites, inclusive levando turistas aos terminais. Porém, poucos deles sabem como utilizá-los. Poucos sabem que essa boa parte de ônibus faz articulação com quase toda a cidade. Os serviços de informação das rotas são restritos e pouco explícitos.

As políticas voltadas para o turismo deveriam ser articuladas com a melhoria das condições urbanas do espaço não-turístico, com o fim de dar um novo formato à área, no sentido de fazer desse local um espaço em que o turismo possa gerar alguma forma de sobrevivência, para os seus moradores menos favorecidos.

Mudanças na forma de organizar os projetos turísticos para o bairro são necessárias, principalmente as que possam incluir todos os atores sociais da área. O turismo deve ser promovido de forma que haja uma construção interna da sociedade. Pelo que se tem percebido, ou há esse tipo de mudança ou os projetos vão apenas distanciar ainda mais, como tem feito, os moradores e turistas e aumentar os contrastes dentro do próprio bairro.

A reflexão apresentada nesse trabalho configura-se como uma pequena contribuição para o aprofundamento da problemática do bairro Praia de Iracema, onde a relação morador-turista constitui-se em um elemento fundamental para a construção de um projeto mais justo, ou seja, que envolva a sua totalidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REFERÊNCIAS DE LIVROS E PERIÓDICOS ACADÊMICOS

ALVA, E. N. **Metrópoles Insustentáveis**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1997.

AQUINO, S. H. S. de. **Dinâmica dos fatores de valorização e decadência da Praia de Iracema**, 2003. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente), Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

BASSUL, J. R. **Estatuto da Cidade: quem ganhou? Quem perdeu?** Brasília: Senado Federal - Subsecretaria de Edições Técnicas, 2005.

BENEVIDES, I. P. **Turismo e PRODETUR: Dimensões e Olhares em parceria**. Fortaleza: UFC, 1998.

BENI, M. A política do turismo. In: TRIGO, L. G. G. (org.). **Como aprender, como ensinar 1**. São Paulo: SENAC, 2001.

_____. **Análise estrutural do turismo**. 11. ed. São Paulo: SENAC, 2006.

BERNAL, M. C. **A metrópole emergente: a ação do capital imobiliário na estruturação urbana de Fortaleza: segregação e terciarização**. Fortaleza: UFC, BNB, 2004.

BERTALANFFY, L. V. **Teoria Geral dos Sistemas**. Petrópolis: 2. ed., Vozes, 1975.

BERTRAND, G. **Paisagem e Geografia Física Global**. Em pauta: Cadernos de Ciências da Terra da USP, São Paulo, 1971.

BOULLÓN, Roberto C. **Os Municípios turísticos**. Tradução de Carlos Valero. Bauru: Dusc, 2005. 154p.

_____. **Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista**, 3. ed. Mexico: Trillas, 1999.

BRASIL. BANCO DO NORDESTE. **Os serviços no Nordeste brasileiro: emprego e renda 1985/1995**. Fortaleza, 1997.

_____. O setor turismo. **Estudos setoriais**, n.10, 2000.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo: diretrizes, metas e programas 2004-2007**. 2. ed. Brasília, 2003.

BRAGA, J. C. S. Financeirização global: o padrão sistêmico de riqueza do

capitalismo contemporâneo. In: TAVARES; F. **Poder e dinheiro**. Petrópolis: Vozes, 1997.

CARLOS, A. F. A. **Espaço-tempo na metrópole**. São Paulo: Contexto, 2001.

_____. **A cidade**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1994.

CASTRO, D. G. **Significados do Conceito de Paisagem: Um Debate Através da Epistemologia da Geografia**. 2004. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Geografia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

CASTRO, I. E. de. In: YAZIGI, E. (org). São Paulo: Contexto, 2002. 1ª página.

CASIMIRO FILHO, F. **Contribuição do turismo à economia brasileira**. 2002. Tese Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade Federal de São Paulo, Piracicaba.

CEARÁ, (Estado). **Estudo de Impacto Ambiental (EIA) Museu do mar**. Fortaleza: 2004.

CEARÁ, (Estado). **Manual de informações turísticas**. Fortaleza: Secretaria de Turismo. 2001.

CHOSSUDOVSKY, M. **A globalização da pobreza: impactos das reformas do FMI e do Banco Mundial**. São Paulo: Moderna, 1999.

COIMBRA, J. de Á. A. Considerações Sobre a Interdisciplinaridade. In: **Interdisciplinaridade em Ciências Ambientais** In: PHILIPPI, Jr. et al. São Paulo: Signus, 2000.

COLEÇÃO PESQUISAS. **Caracterização e tendência da rede urbana do Brasil**. Campinas: IPEA, v. 1 n. 3, mês. 1999.

COOPER, C. et al. **Turismo Princípio e Prática**, 2. ed. São Paulo: Bookman, 2001.

CORIOLOANO, L. N. M. T. **Do Local ao Global: O Turismo Litorâneo Cearense**. Campinas: Papirus, 1998.

_____. A Globalização e o Turismo Local. **O Povo**, Fortaleza, 1998.

_____. **Turismo com Ética**. Fortaleza: FUINECE, 1998.

_____. Turismo Sustentável: Uma Nova Proposta de Planejamento. In FIGUEIREDO, L. S. **Ecoturismo e a Questão Ambiental na Amazônia**. Belém: NAEA, Universidade Federal do Pará, 1999.

_____. A intervenção do Estado do Ceará na Atividade Turística. In: LIMA, L. C. **Da Cidade ao Campo: A diversidade do Saber Fazer Turístico**. Fortaleza: FUNECE,

1999.

_____. **Turismo com Ética**. Fortaleza: FUINECE, 1998.

COSTA, B. P. da. As relações entre os conceitos de território, identidade e cultura no espaço urbano: por uma abordagem microgeográfica. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. **Geografia: temas sobre cultura e espaço**. Rio de Janeiro: Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2005.

CRUZ, R. C. A. da. **Introdução à Geografia do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2003.

DANTAS, E. W. C. **Mar à vista: estudo da maritimidade em Fortaleza**. Fortaleza: Museu do Ceará; Secretaria da Cultura e Desporto do Ceará, 2002.

DE LA TORRE, O. **El Turismo, Fenômeno Social**. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

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

EMPRESA DE PORTOS DO BRASIL. **Plano de Desenvolvimento do Porto de Fortaleza**. Terminal de cargas Múltiplas de Mucuripe. Estudo de Impacto Ambiental, 1989.

ETGES, N. J. Ciência, Interdisciplinaridade e Educação. In: JANTSCH, A.P.; BIANCHETTI, L. (orgs). **Interdisciplinaridade: para além da filosofia do sujeito**. Petrópolis: Vozes, 1995.

FONSECA, M. A. P. **Espaço, políticas de turismo e competitividade**. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2005.

FLORIANI, D. Marcos Conceituais para o Desenvolvimento da Interdisciplinaridade. In: PHILIPPI, A. et al. **Interdisciplinaridade em Ciências Ambientais**. São Paulo: Signus, 2000.

GIRÃO, R. **Geografia Estética de Fortaleza**. Fortaleza: Casa José de Alencar, 1997.

_____, "Interpretação de Fortaleza". In: MIRANDA et al. **Retrato de Fortaleza**. Fortaleza: Instituto do Ceará, 1954.

_____, **Cidade da Fortaleza: filmagem histórica**. Fortaleza: Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda, 1945.

_____, **A cidade do Pajeú**. Fortaleza: Henriqueta Galeno, 1982.

_____, **Fortaleza e a crônica histórica**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará,

1997, 95p.

GOMES, E. **Paisagem, Imaginário e Espaço**. Rio de Janeiro: Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2001.

GOMES, P. C. da C. **A condição urbana**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

GONDIM, L.M.P. Os Governos das mudanças (1987-1994). In: SOUZA, S. (org). **Uma Nova História do Ceará**. Fortaleza: Demócrito Rocha, 2001.

JUCÁ, G. N. M. **Verso e reverso do perfil urbano de Fortaleza (1945-1960)** São Paulo: Secretaria de Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 2000.

LEFÈBVRE, H. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 1999.

_____. **El derecho a la ciudad**. 4. ed. Barcelona: ediciones 62, 1978.

LEFF, E. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. Petrópolis: Vozes, 2001.

LIMA, L. C.; CORIOLANO, L. N. M.T. (org). Turismo e Desenvolvimento Social In: **Anais do 1º Seminário Internacional de Turismo**. Fortaleza: EDUECE, 2003.

LINHARES, P. **Cidade de Água e Sal**. Por uma antropologia do litoral Nordeste sem cana e sem açúcar. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1992.

MANDEL, E. **O Capitalismo Tardio**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

MORAES, A. C. R. de. **Contribuições para a gestão da zona costeira do Brasil: elementos para uma geografia do litoral brasileiro**. São Paulo: Hucitec, 1999.

MOREIRA, M. E. M.; GATTO, L C.S. Geomorfologia. In: **Projeto RADAMBRASIL, Levantamentos de Recursos Naturais, v. 21**, Fortaleza, 1981.

MORIN, Edgar. **Ciência com Consciência**. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

_____. **Educação e complexidade: os sete saberes e outros ensaios** In: Morin E.; ALMEIDA, M. C. de, CARVALHO E. A. (Orgs.). São Paulo: Cortez, 2002.

_____. **"O Método 3. O Conhecimento do Conhecimento"**, 1986, São Paulo: Sulina, 1999.

_____. **"O Método 5. A Humanidade da Humanidade"**, 2001, São Paulo: Sulina, 2002..

_____. **"O Pensar Complexo"**. São Paulo: Garamond, 1999.

NICOLAS, D. H. Elementos para un analisis Sociogeografico de Turismo. In RODRIGUES, A. A. B. (org). **Turismo e Geografia Reflexões Teóricas e Enfoques**

Regionais, São Paulo: HICITEC, 1996.

OLIVEIRA, A. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, C. D. M. de. A Complexidade Territorial do Turismo: Atores, Cenários e Relacionamentos. In: SILVA, J. B.; da LIMA, L. C.; ELIAS, D. (Orgs). **Panorama da geografia brasileira** V1. São Paulo: Anablume, 2006.

OLIVEIRA, C. M. S; VIANNA, P. J. **O desenvolvimento regional**: 50 anos de BNB. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2005.

OLIVEIRA, Francisco de. **Elegia para uma re(li)gião**: SUDENE. Planejamento e conflitos de classes. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PONTE, A. M. F. **A cidade dos clubes**: modernidade e “glamour” na Fortaleza de 1950-1970. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2005.

PONTE, S. R. **Fortaleza belle époque**: reformas urbanas e controle social (1860-1930). Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1993.

PIRES, P. S. **Procedimentos para Análise da Paisagem na Avaliação de Impactos Ambientais**. 2. ed. 1993.

REJOWSKI, M. **Turismo sob a Ótica dos Monitores Municipais**. Brasília: EMBRATUR, 1996.

RELPH, Edward C. **As bases fenomenológicas da Geografia**. *Geografia*. v. 4, n 7, 1-25, abril, 1979.

RIBEIRO, A. J. C. B. Os desdobramentos econômicos do turismo e seus reflexos no empresariado local: uma avaliação do bairro Praia de Iracema em Fortaleza-ce. In: XIVº ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS. **44ª Assembléia Geral da Associação dos Geógrafos Brasileiros**. Rio Branco, 2006.

ROCHA Jr, A. M. **O turismo globalizado e as transformações urbanas do litoral de Fortaleza**: arquitetura e estetização na Praia de Iracema. 2000. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente). Faculdade em Geografia - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

RODRIGUES, A. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: Hucitec, 1997.

RODRIGUEZ, J. (Coord. Geral). **Guia Turístico**: Conheça a Grande João Pessoa. João Pessoa: Prefeitura de João Pessoa, 1992.

SHÁNCHEZ, F. A (in) sustentabilidade da cidade vitrine, In: ACSERRLRAD, H. (org)

A Duração das Cidades: Sustentabilidade e Risco nas Políticas Urbanas. Rio de Janeiro: Dp & A, 2001.

SILVA, J. B. da. Fortaleza, Mar e Sertão. In: **Ceará de Corpo e Alma**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

_____. **Os Incomodados não se retiram**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1992.

_____, **Nas Trilhas da Cidade**. Fortaleza: Museu do Ceará, 2001.

SOUZA, M. S. de. **Fortaleza:** uma análise da estrutura urbana. Fortaleza: UFC, 1978.

SOUZA, M.L. de. **O Desafio Metropolitano:** Um Estudo sobre a Problemática Sócio-Espacial nas Metrôpoles Brasileiras. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: conceitos e impactos ambientais**, vol. 1. (Tradução Margarete Dias Pulido). – São Paulo: ALEPH, 2000.

DANTAS, E. W. C et al. **Ceará:** um novo olhar geográfico. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2005. 480p

TORRES, T.L. **Ceará:** virando a página da história. Fortaleza: INESP, 2001.

VIANA, Herbert. Alagados. In: **Vamos bater na Lata**. Paralamas do Sucesso, 2005.

VILLAÇA, F. **Espaço Intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Lincoln Institute, 1998.

YÁZIGI, E. A importância da paisagem. In: YÁZIGI, E. (org.). **Paisagem e Turismo**. São Paulo: Contexto, 2002.

REFERENCIAS DA INTERNET

BERNAL, M. C. C. O Turismo Global e seus Impactos na Costa Nordeste, Disponível em: <<http://www.observatorioceara.tk/>> Acesso em: 13 set. 2006.

MEDEIROS, Régis Nogueira. Entrevista ao site da Convention Bureau. Disponível em: <<http://www.fortalezaconvention.com.br>>. Acesso em: 15 mai. 2005.

ALCÂNTARA, Lúcio. Entrevista ao site da Convention Bureau. Disponível em: <<http://www.fortalezaconvention.com.br>>. Acesso em: 15 mai. 2005.

GUIA, Walfrido dos Mares. Entrevista ao site da Convention Bureau. Disponível em: <<http://www.fortalezaconvention.com.br>>. Acesso em: 15 mai. 2005.

AGUIAR, Allan Pires. Entrevista ao site da Convention Bureau. Disponível em: <<http://www.fortalezaconvention.com.br>>. Acesso em: 15 mai. 2005.

AMPLIANDO as atividades turísticas do Nordeste. <<http://www.bnb.gov.br/prodetur>>
Acesso em: 26 set. 2006

TURISMO em Fortaleza passa pela valorização da nossa cultura
http://www.fortaleza.ce.gov.br/emfoco/EM_FOCO_052.htm. Acesso em: 26 set.
2006

DEPOIMENTOS. <http://www.fortalezaconvention.com.br/fcvb_depoimentos.shtml>.
Acesso em: 25 ago. 2006.

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Fortaleza>>. Acesso em: 25 ago. 2006.

MAPORAMA GTD 2007. < www.booking.com>. Acesso em: 28 fev. 2007.

REFERÊNCIAS DE JORNAIS

A EXPLORAÇÃO do litoral e o dilema dos povos do mar. **O Povo**, Fortaleza, 15
mai. 2005. Caderno de Economia.

INVESTIMENTOS mudam a cara do litoral cearense. **O Povo**, Fortaleza: 15 mai.
2005. Caderno de Economia.

PORTUGUESES são os grandes investidores. **O Povo**, Fortaleza: 15 mai. 2005.
Caderno de Economia.

NEGÓCIOS estrangeiros implantam 46 empresas. **Diário do Nordeste**, Fortaleza,
06 jun. 2004. Caderno de Negócios.

TURISTAS espancam morador de rua. **O Povo**, Fortaleza, 29 set. 2006, Caderno
Cidade, p.7.

ATRASSO dos vôos já afeta a rotina dos hotéis do Estado. **O Povo**, Fortaleza, 8 dez.
2006. Caderno de Economia, p.22

HOTÉIS esperam ocupação de 100% Economia, **O Povo**, Fortaleza, 3 nov. 2006,
p.22

SEIS turistas italianos são presos na praia de Iracema. **O Povo**, Fortaleza 15 de
dez. 2006. Caderno Cidade, p.6

COMUNIDADE do Poço da Draga sofre com o abandono da Praia de Iracema. **O
Povo**, Fortaleza, 29 de Ago. 2006 Caderno Cidade, p.7

TURISMO com outro perfil. I Cidade, **O Povo**, Fortaleza, 20 nov. 2006, p.7

PROJETO Orla, **O Povo**, Fortaleza, 29 dez.2006, Cidade, p.4.

“Turista acidental”. **O Povo**, Fortaleza, 7 dez. 2006, Vida e arte, p.1

RUMO ao sol nascente: Eusébio. **O Povo**, Fortaleza, 18 jul. 2005. Economia.

BANCO do Nordeste negocia PRODETUR III. **O Povo**, 28 dez. 2005. Economia.

OFENSIVA contempla dez empreendimentos. **O Povo**, Fortaleza, 15 maio. 2005.