



Número: 21/2005  
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS

PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

PAULO HENRIQUE AGUIAR

REPRESENTAÇÃO DA NATUREZA, TRANSFORMAÇÕES ESPACIAIS E  
TURISMO EM BROTAS/SP

Dissertação apresentada ao Instituto de Geociências  
como parte dos requisitos para obtenção do título de  
Mestre em Geografia.

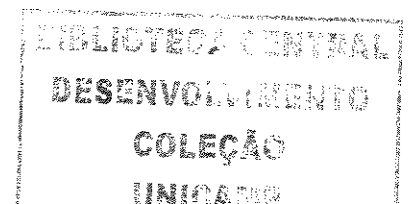
Orientador: Prof. Dr. Antonio Carlos Vitte

Este exemplar corresponde <sup>final</sup> a  
redação final da tese defendida  
por Paulo Henrique Aguiar  
e aprovada pela Comissão Julgadora  
em 08/08/2005

  
ORIENTADOR

CAMPINAS - SÃO PAULO

Julho - 2005



© by Paulo Henrique Aguiar, 2005

UNIDADE	BC
Nº LHAMADA	T/UNICAMP
	Ag 9971
V	EX
TOMBOU RC	66104
PROC.	16-8-00086-05
C	<input type="checkbox"/>
	D <input checked="" type="checkbox"/>
PREÇO	11,00
DATA	26/10/05
Nº CPD	8011136695

Catálogo na Publicação elaborada pela Biblioteca  
do Instituto de Geociências/UNICAMP

Aguiar, Paulo Henrique  
Representação da natureza, transformações espaciais e turismo em Brotas/SP /  
Paulo Henrique Aguiar.- Campinas,SP.: [s.n.], 2005.

Orientador: Antonio Carlos Vitte.

**Dissertação (mestrado) Universidade Estadual de Campinas,  
Instituto de Geociências.**

**1. Turismo – Brotas (SP). 2. Meio ambiente. 3. Geografia  
física. 4. Geografia humana. I. Vitte, Antonio Carlos. II.  
Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Geociências. III.  
Título.**

Título em inglês: Representation of the nature, space transformations and tourism in  
Brotas/SP.

Keywords: Tourism, Nature, Representation.

Área de Concentração: Análise ambiental e dinâmica territorial.

Titulação: Mestre em Geografia.

Banca Examinadora: - Antonio Carlos Vitte; Maria Conceição da Costa; Júlio Suzuki.

Data da Defesa: 08/08/2005.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS  
PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA  
ÁREA ANÁLISE AMBIENTAL E DINÂMICA  
TERRITORIAL

AUTOR: PAULO HENRIQUE AGUIAR

REPRESENTAÇÃO DA NATUREZA, TRANSFORMAÇÕES ESPACIAIS E  
TURISMO EM BROTAS/SP

ORIENTADOR: Prof. Dr. Antonio Carlos Vitte




Aprovada em: 08/08/05

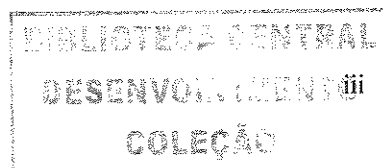
EXAMINADORES:

Prof. Dr. Antonio Carlos Vitte

Prof. Dr. Julio César Suzuki

Profa. Dra. Maria Conceição da Costa

 - Presidente  
  




Campinas, 08 de agosto de 2005

6587775

**Com carinho à:  
Meus familiares, Luíz e Sônia,  
José Ricardo e Luis Gustavo**

## AGRADECIMENTOS

Várias pessoas e instituições influenciaram, de forma direta ou indireta, tanto para a realização deste trabalho quanto à minha formação acadêmica.

Primeiramente, agradeço meus pais por me terem dado a oportunidade de realizar meus estudos e, principalmente, por terem se dedicado tanto a minha formação pessoal.

Agradecimentos especiais a meu orientador Antonio Carlos Vitte pela confiança e dedicação despendida a este trabalho e ao Professor Antônio Carlos Tavares pela contribuição na minha formação acadêmica e pela confiança depositada.

Aos meus amigos Rodrigo e Eduardo pelos momentos de discussão e pela contribuição nos trabalhos de campo.

Às amigas Joseane, Fernanda, Juliane e Tarsila pelo acolhimento e risadas.

Ao Jonas, Camila, Paulo Sérgio, Sérgio Bosso, Bienvenido, Jimena, Diego e Fernanda, Ana, William, Adalberto, Vagney, Juliano, César, Cláudio, Márcio, Zuleika, Melissa, Gabi, Rita, Ivy e Bia, meus companheiros nesta empreitada.

Aos funcionários do IGE, principalmente Valdirene, Edinalva, Juarez, Josefina e Seu Aníbal, pelo apoio, atenção e dedicação conosco.

Ao Instituto de Geociências da Unicamp pela estrutura oferecida. Aos funcionários da biblioteca do Instituto de Geociências, sem exceção.

Aos amigos do Instituto de Geociências da Unesp de Rio Claro, em especial ao Alessandro e família, Baxo, Valita e Karen, assim como aos funcionários desta instituição, sem exceção.

À Érica, secretária da Prefeitura Municipal de Brotas, e aos funcionários da Secretaria de Turismo desta cidade. Ao Rogério pelo mapa digitalizado do município de Brotas.



**UNICAMP**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS**

**INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS**

**PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

**PAULO HENRIQUE AGUIAR**

**REPRESENTAÇÃO DA NATUREZA, TRANSFORMAÇÕES ESPACIAIS E  
TURISMO EM BROTAS/SP**

**RESUMO**

Este trabalho constitui-se em um estudo de caso cuja preocupação é compreender as transformações espaciais decorrentes da apropriação do espaço pela atividade turística no município de Brotas/SP. Apropriação que se dá tanto no seu âmbito material quanto simbólico, resultando em marcas na paisagem que se tornam passíveis de leitura e interpretação. O processo de apropriação do espaço pela atividade turística em Brotas teve início no início da década de 1990, mais precisamente no ano de 1993, quando da instalação da primeira agência de turismo no município. Amparado na representação da natureza na sociedade contemporânea, sustentada nos ideais ambientalistas desenvolvidos no ocidente a partir do final da década de 1960, o turismo em Brotas foi se legitimando como uma atividade benéfica para o município, iniciando assim um processo de fetichização dos espaços naturais deste, fetichização esta que se estende para todo o município como constatamos por meio de entrevistas com turistas, moradores e por meio da análise da própria publicidade turística. Houve, portanto, a necessidade de discutir o processo que leva a atual representação da natureza na sociedade contemporânea ocidental que se inicia com a hegemonia do ideal racionalista e aos poucos é acrescida dos ideais românticos e naturalistas que emergem nos séculos XVIII e XIX (que vão servir de suporte para os projetos ambientalistas que emergem como forma de resolver os problemas ambientais contemporâneos) e a apropriação destes ideais e projetos pela publicidade turística, como forma de mercantilização da natureza e conseqüente apropriação dos espaços naturais. No caso de Brotas, podemos dizer que apropriação do espaço pela atividade turística se dá em locais isolados e, também podemos dizer que há um controle do desenvolvimento desta apropriação pelos agentes políticos locais, pelo menos por enquanto, visto que a atividade turística em Brotas mostra-se extremamente atrativa aos grandes investidores externos do setor. Devido à atualidade do fenômeno em Brotas, este estudo nos permite analisar o processo de fetichização do espaço pelo turismo também em seus princípios, visto que muito pouco do espaço foi transformado ainda. Assim como, nenhuma mudança foi sentida no *habitus* e costumes locais, o que denota uma também inexistente apropriação do modo de vida local, fato comum nos locais dos quais a atividade turística se apropria. Porém, em Brotas, esta apropriação mostra-se ascendente. Vemos que apropriação dos espaços naturais, especialmente, denota neste caso uma valorização do espaço rural,

determinando uma nova lógica na apropriação dos espaços naturais e uma nova determinação de seu uso, que se desligaria de seu desenvolvimento histórico e passaria a ser determinada pela atividade turística. A apropriação do espaço urbano pela atividade turística também se dá de forma isolada, mas ascendente, a partir de alguns pontos da cidade de Brotas, valorizando estes espaços e determinando uma nova lógica de desenvolvimento destes locais, não mais determinado pela lógica de produção historicamente construída, mas com o objetivo de abrigar os serviços turísticos, determinando uma nova história para o município.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS

PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

PAULO HENRIQUE AGUIAR

**SPACE REPRESENTATION OF THE NATURE, SPACE TRANSFORMATIONS  
AND TOURISM IN BROTA/SP**

**ABSTRACT**

This work consists in a case study whose concern is to understand the decurrent space transformations of the appropriation of the space for the tourist activity in the city of Brota/SP. Appropriation that gives in such a way in its how much symbolic than material scope, resulting in marks in the landscape that become possibilities of reading and interpretation. The process of appropriation of the space for the tourist activity in you sprout had beginning in the beginning of the decade of 1990, more necessarily in the year of 1993, when of the installation of the first travel agency in the city. Supported in the representation of the nature in the society contemporary, supported in the developed environmentalism ideals in ocident from the end of the decade of 1960, the tourism in You sprout was if legitimizing as a beneficial activity for the city, thus initiating a process of fetichization of the natural spaces of this, fetichization this that if extends all for the city as we evidence by means of interviews with tourist, inhabitants and by means of the analysis of the proper tourist advertising. It had, therefore, the necessity to argue the process that takes the current representation of the nature in the society contemporary occidental person whom if it initiates with the hegemony of the racionalist ideal and to the few it is increased of the romantic and naturalistic ideals that emerge in centuries XVIII and XIX (that they go to serve of support for the environmentalists projects that emerge as form to decide the ambient problems contemporaries) and the appropriation of these ideals and projects for the tourist advertising, as form of mercantilism of the nature and consequence appropriation of the natural spaces. In the case of you sprout, we can say that appropriation of the space for the tourist activity if gives in isolated places e, also we can say at least that it has a control of the development of this appropriation for the agents local politicians, for the time being, since the tourist activity in you sprout reveals extremely attractive to the great external investors of the sector. Due to the present time of the phenomenon in You sprout, this study in allows them to also analyze the process of fetichização of the space for the tourism in its principles, since much little of the space was transformed still. As well as, no change was



felt in *habitus* and local customs, what it also denotes an inexistent appropriation in the local way of life, common fact in the places of which the tourist activity if it appropriates. However, in you sprout, this appropriation reveals ascending. We see that appropriation of the natural spaces, especially, denotes in this in case that a valuation of the agricultural space, determining a new logic in the appropriation of the natural spaces and a new determination of its use, that if would disconnect of its historical development and would pass to be determined by the tourist activity. The appropriation of the urban space for the tourist activity also is given of isolated, but ascending form, from some points of the city of Sprouts, valuing these spaces and determining a new logic of development of these places, more not determined for the logic of production historically constructed, but with the objective to shelter the tourist services.

## SUMÁRIO

Agradecimentos. . . . .	v
Resumo. . . . .	vii
Abstract. . . . .	ix
Sumário. . . . .	xi
Índice de Quadros. . . . .	xiii
Índice de Fotos. . . . .	xv
Índice de Figuras. . . . .	xvii
<b>INTRODUÇÃO. . . . .</b>	<b>01</b>
<b>CAPÍTULO I - A REPRESENTAÇÃO DA NATUREZA NA SOCIEDADE MODERNA. . . . .</b>	<b>07</b>
1.1 - As representações. . . . .	07
1.2 - A representação na geografia. . . . .	09
1.3 - A representação da natureza na modernidade. . . . .	10
<b>CAPÍTULO II - A ATIVIDADE TURÍSTICA. . . . .</b>	<b>19</b>
2.1 – O turismo e a apropriação do espaço. . . . .	19
2.2 - A fetichização da natureza e a apropriação dos espaços naturais. . . . .	22
2.3 - O turismo e a apropriação dos espaços naturais. . . . .	29
<b>CAPÍTULO III - A CONCEPÇÃO DE NATUREZA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E A ORIGEM DO ECOTURISMO. . . . .</b>	<b>33</b>
3.1 - O ambientalismo e o turismo. . . . .	33
<b>CAPÍTULO IV - O LOCAL DE ESTUDOS E O DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA.. . . .</b>	<b>41</b>
4.1 – Localização. . . . .	41
4.2 - A formação do município de Brotas. . . . .	45

4.3 - A evolução industrial e urbana em Brotas/SP e a diversificação no campo. . . . .	49
4.4 - O desenvolvimento do setor de serviços. . . . .	53
4.5 - A introdução do turismo em Brotas. . . . .	57
<b>CAPÍTULO V – A DESCRIÇÃO DA PAISAGEM DE BROTAS.</b> . . . .	<b>59</b>
5.1 – A paisagem na Geografia. . . . .	59
5.2 – Paisagem marca e paisagem matriz. . . . .	60
5.3 – Descrevendo a paisagem de Brotas. . . . .	63
<b>CAPÍTULO VI - ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS ATRAVÉS DE ENTREVISTAS COM MORADORES E TURISTAS.</b> . . . . .	<b>111</b>
6.1- Análise sintética dos dados obtidos e enquadrados a partir de entrevistas sistematizadas com moradores de Brotas. . . . .	111
6.2 - Análise sintética dos dados obtidos e enquadrados a partir de entrevistas sistematizadas com turistas de Brotas. . . . .	127
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.</b> . . . . .	<b>133</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.</b> . . . . .	<b>137</b>
<b>BIBLIOGRAFIA ELETRÔNICA..</b> . . . . .	<b>143</b>

## ÍNDICE DE QUADROS

<b>QUADRO 01:</b> CUSTO MUNDIAL DO TRANSPORTE AÉREO NO PERÍODO 1930 a 1990. . . . .	27
<b>QUADRO 02:</b> EVOLUÇÃO DA POPULAÇÃO NO MUNICÍPIO DE BROTAS/SP NO PERÍODO 1940 a 2000. . . . .	50
<b>QUADRO 03:</b> EVOLUÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS INDUSTRIAIS NO MUNICÍPIO DE BROTAS/SP NO PERÍODO 1940 a 1985. . . . .	50
<b>QUADRO 04:</b> RELAÇÃO DOS GÊNEROS DE INDÚSTRIAS DO MUNICÍPIO DE BROTAS/SP. . . . .	51
<b>QUADRO 05:</b> PRODUÇÃO AGROPECUÁRIA DO MUNICÍPIO DE BROTAS/SP NO PERÍODO DE 1940 a 2002. . . . .	52
<b>QUADRO 06:</b> DISTRIBUIÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS E TRABALHADORES NO MUNICÍPIO DE BROTAS DE ACORDO COM OS SETORES DE ATIVIDADE ECONÔMICA. . . . .	54
<b>QUADRO 07:</b> EVOLUÇÃO NO NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS DE SERVIÇOS NO MUNICÍPIO DE BROTAS/SP. . . . .	54
<b>QUADRO 08:</b> DADOS SOBRE A EVOLUÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS DE SERVIÇOS TURÍSTICOS NO MUNICÍPIO DE BROTAS/SP. . . . .	55
<b>QUADRO 09:</b> TEMPO DE MORADIA EM BROTAS DOS MORADORES ENTREVISTADOS. . . . .	111
<b>QUADRO 10:</b> LOCAL DE ORIGEM DOS MORADORES ENTREVISTADOS QUE NÃO NASCERAM EM BROTAS/SP. . . . .	112
<b>QUADRO 11:</b> RAZÃO DA MIGRAÇÃO DOS MORADORES ENTREVISTADOS QUE NÃO NASCERAM EM BROTAS. . . . .	113
<b>QUADRO 12:</b> QUANDO A ATIVIDADE TURÍSTICA COMEÇOU A SE DESENVOLVER EM BROTAS SEGUNDO OS MORADORES ENTREVISTADOS. . . . .	114
<b>QUADRO 13:</b> TRANSFORMAÇÃO TRAZIDA PELA ATIVIDADE TURÍSTICA PARA A CIDADE DE BROTAS/SP SEGUNDO MORADORES ENTREVISTADOS. . . . .	115
<b>QUADRO 14:</b> PARTICIPAÇÃO GOVERNAMENTAL SEGUNDO MORADORES ENTREVISTADOS. . . . .	115

<b>QUADRO 15:</b> OPINIÃO DO MORADOR DE BROTAS/SP ENTREVISTADO SOBRE A ATIVIDADE TURÍSTICA. . . . .	116
<b>QUADRO 16:</b> PRINCIPAL TRANSFORMAÇÃO TRAZIDA PELA ATIVIDADE TURÍSTICA PARA O BAIRRO DO MORADOR ENTREVISTADO. . . . .	117
<b>QUADRO 17:</b> TEMPO DE MORADIA NA CASA ATUAL DOS MORADORES DE BROTAS/SP ENTREVISTADOS. . . . .	118
<b>QUADRO 18:</b> RESPOSTA DOS MORADORES ENTREVISTADOS SOBRE A VALORIZAÇÃO IMOBILIÁRIA EM FUNÇÃO DO TURISMO. . . . .	119
<b>QUADRO 19:</b> FAIXA ETÁRIA DOS MORADORES ENTREVISTADOS. . . . .	120
<b>QUADRO 20:</b> INTERFERÊNCIA DA ATIVIDADE TURÍSTICA NA VIDA DOS MORADORES. . . . .	121
<b>QUADRO 21:</b> FORMAS DE UTILIZAÇÃO DOS ESPAÇOS NATURAIS ANTES DO DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA SEGUNDO MORADORES. . . . .	122
<b>QUADRO 22:</b> PERGUNTA: ESTÁ MAIS FÁCIL OU MAIS DIFÍCIL FAZER TURISMO EM BROTAS. . . . .	123
<b>QUADRO 23:</b> PONTOS DO MUNICÍPIO FREQUENTADOS PELOS MORADORES NOS MOMENTOS DE LAZER E HORAS VAGAS. . . . .	124
<b>QUADRO 24:</b> ATRATIVOS QUE FIZERAM DE BROTAS/SP LOCAL TURÍSTICO SEGUNDO MORADORES. . . . .	125
<b>QUADRO 25:</b> PERGUNTA: CIDADE SATISFAZ SUAS NECESSIDADES?. . . . .	126
<b>QUADRO 26:</b> RENDA FAMILIAR DOS ENTREVISTADOS. . . . .	127
<b>QUADRO 27:</b> PERGUNTA: ACOSTUMA VIAJAR PARA FAZER TURISMO?. . . . .	128
<b>QUADRO 28:</b> FAIXA ETÁRIA DOS ENTREVISTADOS. . . . .	129
<b>QUADRO 29:</b> CORRESPONDÊNCIA DA EXPECTATIVA DOS TURISTAS.. . . .	130
<b>QUADRO 30:</b> TURISTAS QUE JÁ ESTIVERAM EM BROTAS. . . . .	131

## ÍNDICE DE FOTOS

<b>FOTO 01:</b> PORTAL EM CONSTRUÇÃO NA ESTRADA PRINCIPAL DE BROTAS/SP.	65
<b>FOTO 02:</b> BAIRRO SANTA CECÍLIA.	67
<b>FOTOS 03 e 04:</b> BAIRRO CAMPOS ELÍSEOS.	71
<b>FOTOS 05, 06 e 07:</b> AVENIDAS MÁRIO PINOTTI E RODOLFO GUIMARÃES.	75
<b>FOTOS 08 e 09:</b> PRÉDIOS EM REFORMA PARA ABRIGAR SERVIÇOS TURÍSTICOS.	77
<b>FOTO 10:</b> PARQUE DOS SALTOS.	79
<b>FOTOS 11, 12 e 13:</b> ESTABELECIMENTOS DE SERVIÇOS TURÍSTICOS PRESENTES NA AVENIDA LOURIVAL JAUBERT SILVA.	89
<b>FOTO 14:</b> VISTA FRONTAL DA CUESTA ARENÍTICA-BASÁLTICA NO MUNICÍPIO DE BROTAS/SP.	93
<b>FOTOS 15 e 16:</b> VISTA FRONTAL DAS CUESTAS ARENÍTICAS BASÁLTICAS NO MUNICÍPIO DE BROTAS/SP.	95

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA 01:</b> LOCALIZAÇÃO DE BROTAS NO ESTADO DE SÃO PAULO. . . . .	43
<b>FIGURA 02:</b> BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO JACARÉ-PEPIRA. . . . .	45
<b>FIGURA 03:</b> LOCALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS NA ÁREA URBANA DE BROTAS/SP. . . . .	83
<b>FIGURA 04:</b> FOLDER DE DIVULGAÇÃO DE HOTEL LOCALIZADO NA AVENIDA LOURIVAL JAUBERT SILVA. . . . .	87
<b>FIGURA 05:</b> FOLDER DE DIVULGAÇÃO DE SÍTIO TURÍSTICO EM BROTAS	97
<b>FIGURA 06:</b> FOLDER DE DIVULGAÇÃO DE SÍTIO TURÍSTICO DE BROTAS	101
<b>FIGURA 07:</b> FOLDER DE DIVULGAÇÃO DE AGÊNCIA DE TURISMO DE BROTAS/SP. . . . .	103
<b>FIGURA 08:</b> LOCALIZAÇÃO DOS SÍTIOS TURÍSTICOS E DOS HOTÉIS FAZENDA DE BROTAS/SP. . . . .	105

# INTRODUÇÃO

Este trabalho constitui-se em um estudo de caso que tem como objetivo elucidar especificidades no processo de apropriação dos espaços naturais pela atividade turística no município de Brotas/SP e revelar as transformações espaciais neste município em decorrência do turismo. A preocupação com a atividade turística no âmbito científico se dá a partir de uma constatação mais do que justificada. O desenvolvimento da atividade turística de massa se deu após a II Guerra Mundial, período do auge do modelo de produção fordista, onde, principalmente, o aumento da renda do trabalhador mundial, o aumento do tempo livre, e o incremento de tecnologias nos meios de transporte de massa e o conseqüente barateamento destes, propiciaram o aumento do uso e apropriação de localidades para estes fins em todos os lugares do mundo. Contudo, a forma como o turismo apropriava-se destes lugares dava-se através de um modelo considerado predatório que causou um descontentamento das populações que habitavam estas localidades já nas décadas de 1950 e 1960. Este descontentamento resultou em reclamações que ecoaram nos países centrais do capitalismo primeiramente no âmbito científico e, posteriormente, através de instituições políticas de ordem global como a ONU<sup>1</sup>, resultando na criação da Organização Mundial do Turismo (OMT), na década de 1960.

Nos finais desta década, alguns movimentos sociais emergiram contra o modelo de desenvolvimento capitalista de consumo de massa que se desenvolveu a partir da II Guerra Mundial<sup>2</sup>. Entre estes movimentos, que contestavam contra uma série de causas, desenvolveu-se o movimento ambientalista de cunho preservacionista, que defendia a manutenção a qualquer custo dos espaços naturais. Este movimento levantou novas questões sobre a relação entre o homem e a natureza, e acrescentou novos elementos à representação dos espaços naturais desenvolvidos até então na sociedade moderna ocidental. A representação da natureza na sociedade moderna tem como princípios essenciais, aqueles desenvolvidos pelas filosofias racionalistas (que se difundiu com a

---

<sup>1</sup> Organização das Nações Unidas

<sup>2</sup> BENKO, Georges. Economia espaço e globalização na aurora do século XXI. Tradução Antonio de Pádua Danesi. São Paulo: Hucitec, 2002. Georges Benko vai tratar, no capítulo III mais especificamente, da crise do modelo de produção fordista na década de 1960, que vai determinar a busca de novas estratégias de desenvolvimento para todas as atividades econômicas, caracterizando um novo modelo de produção mais flexível, que vai refletir na gestão destas atividades.



revolução cartesiana no século XVII), românticas e naturalistas (que se difundiram no século XIX). A partir da revolução cartesiana, os espaços naturais passaram a ser considerados como espaços inteligíveis e passíveis de dominação humana. Estariam em contraposição aos espaços racionais representados pelas cidades, que passaram a ser considerados espaços de vida ideais aos homens. O homem deveria estar desligado de suas tradições e, conseqüentemente, de suas origens, visto que o objetivo ideal do homem seria encontrar sua essência, essência esta que seria semelhante em todos os homens, e só seriam encontradas se estes se livrassem do que os distingue, principalmente de sua cultura e tradições. Este é o princípio da universalidade que caracteriza o racionalismo. Defendia que, os espaços naturais, seriam passíveis de estudos a partir do método científico racionalista, que se dariam através da experimentação destes espaços.

Contrárias aos princípios racionalistas, algumas correntes filosóficas emergiram com ideais que opunham os racionalistas. A principal corrente entre estas foi a do Romantismo, que, amparada nos ideais de Rousseau, defendia que a essência do homem estaria em suas origens e tradições. Para esta corrente, cada homem era único. Não havia qualquer relação essencial entre estes. Assim, os espaços naturais passaram a ser vistos como espaços representativos da essência humana e passaram a ser admirados. Apoiados nesta filosofia romântica, mas defendendo a análise empírica e científica dos espaços naturais, emergiu também a corrente naturalista, que apoiou a inteligibilidade dos espaços naturais através do método científico e, ao mesmo tempo, a preservação destes em função de serem representativos da origem do homem, e de sua essência.

Estas correntes filosóficas, como discutiremos no capítulo I, construíram os ideais da sociedade ocidental moderna e, conseqüentemente, a representação dos espaços naturais. A razão de buscarmos compreender esta representação se dá em função de que esta influencia diretamente na organização do espaço ocidental. Podemos usar como exemplo, a criação dos parques nacionais Yellowstone e Yosemite, nos Estados Unidos, fruto dos ideais naturalistas do século XIX.

Estas seriam as essências da representação dos espaços naturais da sociedade moderna. Contudo, a este pensamento, os movimentos ambientalistas dos meados da década de 1960 acrescentaram um novo elemento. As reclamações da sociedade ocidental acerca das conseqüências do uso e degradação dos recursos naturais para suprir o

desenvolvimento econômico desenfreado do capitalismo após a II Guerra Mundial geraram repercussão mundial e uma crescente preocupação acerca do futuro da humanidade. Uma série de questões acerca deste tema ganhou corpo e passaram a ser discutidas no âmbito científico, político e econômico, em todas as esferas destas. Estas questões acerca do futuro da humanidade geraram uma série de propostas para o uso dos espaços naturais. Assim, no primeiro capítulo, nos preocuparemos também em verificar como ocorreu a formação da representação da natureza na sociedade ocidental moderna no intuito de historicizar a relação homem e natureza e, mais diretamente, de historicizar estes espaços naturais.

A importância das representações nas investigações geográficas está em captar a relação da sociedade com o espaço. Em nossa análise, a representação da natureza no período contemporâneo, altamente influenciada pela apropriação dos discursos ambientalistas pela publicidade turística, é que movem a sociedade aos espaços naturais propiciando a apropriação dos espaços naturais por esta atividade, como discutiremos no capítulo II.

Apesar de identificadas pequenas transformações na organização espacial da sociedade capitalista a partir da eclosão da questão ambiental, expressas entre outros casos na institucionalização de unidades de conservação, não sabemos responder se teria, o ambientalismo, transformado a lógica de desenvolvimento do capitalismo global, ou, muito menos, o quanto interferiu na concepção de mundo da sociedade moderna. Mesmo por que, não nos cabe responder tão grandes questões. Contudo, podemos considerar que o ideal ambientalista dissipou-se na sociedade e gerou um novo instrumento para a estratégia da publicidade como um todo, principalmente para a publicidade turística. Ou seja, gerou um instrumento para dinamizar a apropriação de espaços naturais pelo modo de produção capitalista. Enfocamos aqui este processo de apropriação dos espaços naturais em sua esfera econômica, mais especificamente, valorizando seus aspectos simbólicos, onde o espaço é produzido com a finalidade de realização da acumulação de capital.

No capítulo III, faremos então a confluência entre a representação da natureza na sociedade contemporânea e a inserção das questões ambientais no processo de apropriação dos espaços naturais pela atividade turística através da fetichização<sup>3</sup> dos produtos turísticos,

---

<sup>3</sup> Sobre a fetichização, nossas fontes forma Marx e Baudrillard, cujo processo é discutido no capítulo II. Sobre a fetichização dos espaços para a finalidade turística, nossa fonte é Ouriques (2005).

elemento que vai consolidar esta relação entre o simbólico, contido nas representações destes espaços naturais, com os espaços naturais apropriados e transformados.

A seguir, no capítulo IV, faremos o levantamento das informações do local de estudo, o município de Brotas/SP, recorte espacial do qual nos utilizaremos como estudo de caso. O projeto que deu origem à atividade turística em Brotas nasceu em 1993, a partir da mobilização social contrária à implantação de um curtume próximo ao principal rio da região, o Jacaré-Pepira. A alegação dos empreendedores deste curtume era o de que este traria desenvolvimento econômico para o município. Contrário a esta proposta, parte da população local fundou o Movimento Rio-Vivo, uma ONG que se propunha a lutar pela preservação dos recursos naturais do município. Esta ONG, através de um dos seus membros, sugeriu o desenvolvimento econômico focado no turismo em contrapartida ao desenvolvimento depredador destes recursos, representado pelo curtume. Fundou-se, então, a primeira agência de turismo do município. Em comunhão com o Movimento Rio-Vivo, a prefeitura do município, recém empossada, elaborou o primeiro projeto de desenvolvimento da atividade turística, projeto que direcionava o modelo de desenvolvimento desta atividade no município, beneficiando os proprietários de sítios que tinham, em sua propriedade, algum atrativo aos turistas. Também beneficiava as agências de turismo instaladas no município a fim de gerar uma estreita relação entre estes dois agentes do turismo.

Contudo, o desenvolvimento desta atividade só vai ser considerável no final da década de 1990, quando uma grande quantidade de estabelecimentos de hospedagem, alimentação e de agências de turismo instalam-se no município, concentrados mais especificamente no espaço urbano, próximo ao rio Jacaré-Pepira. Também é neste período que uma maior quantidade de sítios turísticos é homologada e passam a formar um circuito turístico no município. É este o período identificado como sendo o da instalação da atividade turística em Brotas. Ou seja, é através da transformação espacial do município, e mais precisamente do espaço urbano, que os moradores começaram a perceber a atividade turística em Brotas.

Com a finalidade de compreender as transformações simbólicas e as transformações materiais provocadas pela atividade turística no município de Brotas, no capítulo V faremos uma descrição de sua paisagem através de um percurso que procura reproduzir o percurso comum a todo turista que visita Brotas, chegando aos pontos onde estas transformações se

dão de forma mais acentuada e percorrendo pelos espaços naturais, a partir de uma abordagem da paisagem fundamentada em Augustin Berque (1990/1998), que a classifica enquanto uma marca de um processo ou atividade humana e, ao mesmo tempo matriz, ou seja, fonte de aspirações e idéias para estas mesmas atividades e processos. Neste caso, a relação paisagem marca e paisagem matriz é associada à atividade turística. Chamaremos de paisagem marca, a paisagem transformada no processo de desenvolvimento da atividade turística e, de paisagem matriz, a paisagem mercantilizada, transformada em mercadoria, que se torna atrativo turístico. No caso de Brotas, as marcas deixadas na paisagem são ocasionadas em decorrência direta da instalação dos serviços turísticos e tudo o que estes representam. A paisagem matriz é identificada pelos espaços naturais e todas as representações que os transformam em mercadoria.

No capítulo VI, faremos uma análise dos dados obtidos através da coleta de entrevistas com moradores e turistas de Brotas. Entrevistas coletas no período de maior presença de turistas no ano de 2004, entre os feriados de carnaval e páscoa. Estes dados apresentam-se no trabalho de forma objetivada em quadros que visam agrupar e classificar as respostas e opiniões de acordo com suas similaridades a partir de uma análise objetiva feita por nós. Uma outra análise foi feita e apresenta-se como forma explicativa dos quadros onde cruzamos estes dados com a teoria discutida no decorrer do trabalho.

# CAPÍTULO I

## A REPRESENTAÇÃO DA NATUREZA NA SOCIEDADE MODERNA

### 1.1 AS REPRESENTAÇÕES

O conceito de representação teve origem na sociologia e foi desenvolvida por Durkheim (1996) através do estudo da 'Representação Coletiva'. Durkheim (1858-1917) considerava a representação algo bastante estático, pois tratava da representação em culturas tradicionais européias, com seus costumes já consolidados, entre o final do século XIX e início do século XX. Este conceito de Representação Coletiva era, assim, incapaz de explicar as representações mais mutantes das sociedades contemporâneas emergentes. Esta incapacidade da Teoria da Representação Coletiva de Durkheim de explicar a sociedade contemporânea de uma maneira geral fez com que este conceito ficasse esquecido pelas Ciências Sociais (SÁ, 1993: 23).

Esta teoria retornou à discussão científica na década de 1970 dentro da psicologia, no momento em que esta passava por uma reforma que acabou por incluir a preocupação, não mais apenas com o indivíduo, mas com a sociedade também, fortalecendo o campo da Psicologia Social (LEME, 1993:51).

Dentro da psicologia esta teoria ganhou o título de Representação Social, e se difere da Representação Coletiva de Durkheim, segundo Herzlich (1972:306-7; apud: SÁ, 1993: 31) por se preocupar mais em compreender a natureza da própria representação na medida em que ela se atualiza em uma organização psicossociológica particular e preenche uma função específica.

Para Moscovic (1984:18; apud: SÁ, 1993: 27), “...as representações procuradas pela psicologia não são as de sociedades primitivas, nem as reminiscências, no subsolo de nossa cultura, de épocas remotas. São aquelas da nossa sociedade presente, do nosso solo político, científico e humano, que nem sempre tiveram tempo suficiente para permitir a sedimentação que as tornasse tradições imutáveis”.

Para Sá (op. cit.), a representação sugerida por Moscovic é gerada no cotidiano como uma forma do indivíduo transmitir as suas opiniões e imagens sobre os mais variados problemas e temas. Mas, ao mesmo tempo, ela é também gerada no cotidiano. Ela é produzida dentro deste, através da geração de um senso comum, que resulta numa representação coletiva. Neste caso, as Representações Sociais seriam...

“... uma modalidade de conhecimento particular que tem por função a elaboração de comportamentos e a comunicação de indivíduos” (SÁ, 1993:31).

Bourdieu (1994) nos fala que as representações são uma conjunção entre elementos produzidos conscientemente pelos sujeitos e também, elementos produzidos inconscientemente. O autor (op. cit.) joga com a possibilidade das representações dos objetos e das relações serem formadas anteriormente a percepção destes, sendo assim caracterizadas como produzidas pelo inconsciente.

Segundo Barros Filho (2003: 91-3), Bourdieu fundamenta esta relação entre o consciente e o inconsciente ao criticar a proposta da fenomenologia estruturalista de Sartre para a ‘teoria da ação’ deste autor, que pressupõe a ação a todo instante consciente dos sujeitos, não admitindo, portanto, a possibilidade da formação de uma representação dos objetos e das relações sociais nestes sujeitos, sem a vivência destes objetos e relações. Sartre descartaria, desta forma, qualquer possibilidade da representação dos objetos sem a sua vivência. Fato que Bourdieu discorda por acreditar na possibilidade da formação de uma representação dos objetos através da construção de um senso comum, mesmo sem a necessidade de sua vivência.

Bourdieu (2001) introduz o conceito de *habitus* para expressar melhor esta relação do consciente com o inconsciente. Na teoria de Bourdieu, o *habitus* está na forma como as sociedades representam e se relacionam com os bens materiais e simbólicos. Bourdieu procurou, apoiado no conceito de *habitus*, introduzir nas Ciências Sociais a questão da ação do sujeito de uma forma que compatibilizasse tanto a proposta objetivista de Durkheim, quanto à proposta estruturalista de Sartre, “*procurando compreender como se davam as*

*diversas modalidades de apropriação dos objetos culturais*” (RODRIGUES, G. Serrat, 2002: 73). Bourdieu (1983: 15) define, desta forma, *habitus* como...

“... princípio que gera e estrutura as práticas e as representações que podem ser objetivamente 'regulamentadas' e 'reguladas' sem que por isso seja o produto de obediência de regras, objetivamente adaptadas a um fim, sem que se tenha a necessidade da projeção consciente deste fim ou do domínio das operações para atingi-lo, mas sendo ao mesmo tempo, coletivamente orquestradas sem serem o produto da ação organizadora de um maestro”.

Assim, definimos o espaço como susceptível de representações coletivas, disseminadas pelo consenso e intimamente relacionadas às ações da sociedade sobre este espaço. Representações e ações condicionadas pelo *habitus*.

## 1.2 - A REPRESENTAÇÃO NA GEOGRAFIA

Para Kozel (2002, 216-7), a Geografia incorporou o conceito de representação da psicologia, a partir da abordagem de Moscovic, sendo que esta teria a função de levar à compreensão das relações existentes entre os atores sociais (no caso, diferindo-se da abordagem do sujeito da sociologia) e sua organização. Mas existem outras evidências que apontam a representação sendo introduzida na Geografia através das Ciências Sociais. Como vimos, a partir de Bourdieu na década de 1980, cujas idéias confrontavam com o paradigma estruturalista que predominava até então, foi possível a introdução – ou re-introdução – da questão da ação do sujeito, contrapondo-se à época, à corrente estruturalista que considerava o sujeito determinado por relações objetivas. Assim, o conceito de representação voltou a fazer parte do debate científico.

Estas foram as duas influências identificadas por nós na formação do conceito de representação na Geografia. Ao dissociarmos estas duas influências, não consideramos que uma descarta a possibilidade da outra. Assim, a partir da preocupação que a Geografia passa a ter com a interpretação subjetiva do real, trouxe para seu debate este conceito. O

conceito de representação foi introduzido primeiramente na compreensão do imaginário na construção e apreensão da paisagem, que ganhava uma nova roupagem através das preocupações epistemológicas de Antoine S. Bailly, principalmente, na década de 1970 (HOLZER, 1992: 469). Bailly (1978: 175) considerou que a psicologia social se fez presente nas leituras geográficas exatamente pela emergência desta discussão da subjetividade do espaço, presença esta que se dá concomitantemente à introdução do conceito de representação. Bailly (op. cit.) considerou que as representações revelariam os sistemas de valorização e as satisfações que explicam, por sua vez, as sensibilidades aos lugares. Assim, podemos dizer que foi Bailly quem primeiro passou a considerar as componentes relacionadas ao mundo psíquico, de como o homem percebe o mundo e como essa percepção influencia o modo de agir deste sobre o espaço.

### **1.3 – A REPRESENTAÇÃO DA NATUREZA NA MODERNIDADE**

Segundo Bernardes & Ferreira (2003: 17) a compreensão tradicional das relações entre sociedade e natureza desenvolvidas até o século XIX vinculadas ao processo de produção capitalista considerava o homem e a natureza como pólos excludentes, tendo subjacente a concepção de uma natureza como fonte ilimitada de recursos à disposição do homem. Esta concepção originou-se com o movimento racionalista no século XVII, que introduziu o método científico como grande responsável pela produção do conhecimento. O racionalismo, apoiado na filosofia cartesiana, desalojou os mitos e crenças a respeito da natureza que até então predominavam na sociedade ocidental. Mitos e crenças desenvolvidos na Grécia antiga e na Europa medieval como forma de familiarizar os elementos e fenômenos mais hostis da natureza (vulcões, terremotos, intempéries que causavam catástrofes, animais peçonhentos, entre outros).

Esta visão hostil da natureza predominou no racionalismo. Assim como, a idéia de conhecer os espaços naturais também se manteve. Contudo, estes conhecimentos passaram a ser buscados através do método científico fundamentado dentro de uma lógica matemática e por uma necessidade de dominar os espaços naturais (GOMES, 1996: 70). A ciência surgiu então para buscar o conhecimento no mundo, combatendo os mitos. Ocorre



então uma desmistificação da natureza com a finalidade de dominá-la através de seu conhecimento (SILVEIRA, 1992: 10).

Ao contrário da concepção desenvolvida até então que considerava a natureza como oculta, insondável e sagrada, a natureza neste período passa a ser considerada inteligível. Passa-se a considerar que o conhecimento da natureza deve se dar através da experimentação, ou seja, gerada por um método científico.

Esta visão racionalista do mundo oriunda do pensamento científico foi um dos pólos epistemológicos do período moderno na sociedade ocidental e, segundo Gomes (1996: 29/30):

*“A idéia central nesta concepção é a universalidade da razão. Todas as comunidades humanas são afeitas a uma atitude racional, ou seja, o pensamento humano possui uma tendência maior a se conduzir segundo uma lógica corrente, um bom senso generalizado e um pragmatismo da ação”.*

Para o racionalismo, todos os fenômenos desenvolvem-se dentro de uma lógica matemática e que pode ser apreendida apenas por meio da linguagem científica e por um método científico. Além dos fenômenos, as culturas também seriam passíveis de compreensão pelo método científico. Isto porque os homens teriam uma racionalidade única, já inerente a ele e universal. As origens e a tradição nada influenciavam. A essência humana seria a mesma para todos. Esta essência seria o ideal a ser alcançado. Assim, a natureza e as tradições passaram a ser negadas. Os espaços naturais e representativos de costumes tradicionais passaram a ser vistos como espaços não racionais. Os espaços urbanizados passaram a ser valorizados como representativos da racionalidade, soberanos em relação aos espaços naturais e rurais, sendo que estes deveriam ser dominados pelo homem e racionalizados. Ou seja, tudo que representa as origens e tradições do homem deveria ser transformado racionalmente.

Para o racionalista, a negação do antigo em detrimento do novo fez com que a sociedade abandonasse sua origem rural, privilegiando a cidade, onde o homem teria total domínio dos espaços, onde haveria a possibilidade de se estruturar o espaço através de métodos e técnicas fundadas na própria essência humana.

*“A razão é a fonte de toda generalização, da norma, do direito, da verdade. A ordem, o equilíbrio, a civilização, o progresso são noções saídas diretamente deste sistema moderno que se proclama como a única via de acesso a um mundo verdadeiramente humano” (GOMES: 1996: 25).*

Assim, identificamos as raízes do pensamento que gera a representação dos espaços naturais como espaços que não servem à vivência humana, espaços que devem ser isolados ou dominados - ‘racionalizados’. Assim como, identificamos neste pensamento as razões do sentido pejorativo atribuído aos espaços rurais, representativos do antigo e ultrapassado, de uma tradição que não interessa ao homem visto enquanto munido de uma racionalidade inerente e universal.

Segundo Gomes (1996: 94), o outro pólo epistemológico da modernidade, além do oriundo do racionalismo, também nasceu no século das Luzes, sendo formado por um conjunto de correntes que tinham como ponto de convergência a oposição à concepção racionalista. Estas correntes, ou ‘contracorrentes’, contestavam o racionalismo por este defender a razão como universalmente homogênea. Para estas correntes,

*“A razão não é universal, ou pelo menos, ela não possui sempre a mesma natureza, as mesmas manifestações (...) Assim, contra o universalismo do saber racionalista, este outro pólo valoriza o que é particular, pois o fato adquire significado no interior de um contexto singular. Aliás, o único que deve ser valorizado, uma vez que ele contém em si a marca de sua individualidade e desta forma exprime aquilo que lhe é próprio, característico” (GOMES, 1996: 32).*

Apesar de tão antigas quanto a racionalista, estas correntes tiveram seu apogeu no século XIX, quando passaram a influenciar na constituição da sociedade ocidental moderna através, principalmente, da maior valorização dos artistas românticos. O romantismo foi a corrente filosófica que polarizou os ideais destas contracorrentes, valorizando a identidade

em detrimento do raciocínio lógico, transformando o conhecimento em produto da sensibilidade e da interpretação individuais.

*“A subjetividade é um elemento incontornável na aquisição do conhecimento. A aceitação da subjetividade se insurge basicamente contra a uniformidade pretendida pela racionalidade”* (GOMES, 1996: 34).

Os princípios da corrente romântica estavam fundamentados em Jean Jacques Rousseau (1712-1778), que defendia que a bondade da humanidade foi banida com a tecnologia. Por isso, o romantismo valorizava a particularidade do homem dando maior valor às diferenças culturais, tentando buscar nas tradições e na natureza humana estas particularidades. Valorizando, assim, as tradições, o romantismo aproxima ainda mais o homem da natureza, da qual ele seria oriundo, tornando dependente, não só de suas tradições, mas também da própria natureza. O homem pertence à natureza, e é na compreensão dela que o homem vai compreender a si mesmo. Assim, dois temas tiveram atenção especial dos românticos. A História, como produto da preocupação em buscar nas tradições as diferenças humanas, e o culto à natureza, como busca da essência do homem.

Diferentemente do ideal racionalista que valorizava o método científico e transformou a ciência na grande referência do pensamento social da modernidade, o romantismo partiu de movimentos artísticos que acreditavam que apenas algumas pessoas privilegiadas eram possuidoras de sensibilidade suficiente para compreender o sentido da natureza. Este ser com tamanha sensibilidade seria tratado como gênio. Para o romântico,

*“A consciência humana deve se pôr à escuta da natureza e tentar compreendê-la, para não perder de vista a via de sua própria auto-realização”* (GOMES: 1996: 107).

Em contraposição ao racionalismo e em defesa de que o saber está na compreensão da diversidade humana, estando nas raízes das culturas, os românticos vão buscar no campo e na natureza o conhecimento, o que valorizou os espaços naturais. Pregam assim uma nova relação entre a sociedade e a natureza. Uma reaproximação com a finalidade de um auto-

conhecimento, alcançado através de sua apreciação e contemplação. Para os românticos, os homens deveriam buscar a harmonia com a natureza. Natureza esta representada por seus ideais

Este resgate das tradições e origens levou a uma valorização dos espaços naturais e rurais, representativos das origens e tradições que fundaram as variadas culturas. Entendiam também que a essência humana deveria ser diferente para cada um, em decorrência das diferenças naturais de cada meio vivido por cada cultura. A natureza deveria ser entendida, assim, também, em suas diferenças. Para o romantismo, a vida selvagem é a que mantém o valor desejável para as sociedades, pois está muito próxima de suas origens. Mantém-se impura, inerte às influências malélicas do racionalismo que isola o homem de suas origens e tradições. Segundo Silveira (1992: 12), para o romantismo a natureza representava...

*“...uma divindade (...) uma entidade, ou seja, tudo quanto existe como mundo. No interior de suas paisagens reinam a harmonia. Os homens deveriam buscar esta harmonia, passando a conviver pacificamente com todos os elementos desse mundo”.*

Assim, estar próximo da natureza era estar próximo da pureza humana, de sua essência e de suas origens.

Outra corrente anti-racionalista formada no século XIX é a naturalista, que nasceu de uma divergência com o romantismo, mas que também se manifestava através das artes, contudo, negando os sentimentalismos e subjetivismos dos românticos. Esta corrente baseou-se na filosofia de que só as leis da natureza são válidas para explicar o mundo, pois parte do princípio de que o homem está sujeito a um inevitável condicionamento biológico e social. A corrente naturalista foi extremamente influenciada, assim como influenciou, os ideais positivistas e deterministas daquele período.

Acreditavam, os naturalistas que a sensibilidade do artista era capaz de representar mimeticamente e de forma objetiva a realidade exterior. Tentavam aplicar na arte, principalmente através da literatura, as descobertas e métodos da ciência empirista do

século XIX, extremamente dominados pelo determinismo e positivismo. Apresentava a realidade com um rigor quase científico (DUTRA, 1993: 20).

Suas representações eram extremamente carregadas de objetividade e determinismo, com a proposta de ser imparcial. Seu princípio essencial é a minuciosa descrição da realidade, com especial destaque aos aspectos desagradáveis da sociedade urbana/industrial do século XIX e uma visão pessimista da sociedade e do mundo de modo geral.

Os naturalistas acreditavam que toda conduta humana seria regida pela natureza e explicada através de sua interpretação. Assim como o romantismo, seus ideais aproximam a sociedade da natureza, tornando-o dependente em relação a esta. Para o naturalista, a natureza é o que existe independente da atividade humana. O que era produto da ação humana, ou seja, fabricado pelas técnicas humanas, era denominado de 'artifício'. Apesar de considerarem que o artifício retira sua existência da natureza, os naturalistas os consideravam perecíveis por não pertencerem mais à lógica da natureza segundo a qual o homem deveria estar ligado. Segundo Rosset (1989: 14), para os naturalistas,

*“É da natureza que o artifício retira sua força: só ela permite aos seus prolongamentos artificiais viver e prosperar; privada de toda vinculação natural, uma produção artificial é tida como aquilo que deve perecer, tal qual murcha uma flor arrancada do caule”.*

Assim, a natureza é vista como algo a ser protegido de toda ação das técnicas humanas para que o homem aproxime-se de suas leis, à qual o homem deveria estar ligado para encontrar seu modo de vida ideal em contraposição ao modo de vida falsificado e perecível dominado pelos artificios (ROSSET, 1989: 64).

*“Para o naturalista da proteção da natureza do século passado, - entende-se século XIX - a única forma de proteger a natureza era afastá-la do homem, através de ilhas onde pudessem admirá-la e reverenciá-la. Esses lugares paradisíacos serviriam também como locais selvagens, onde o homem pudesse refazer suas energias gastas na vida estressante das cidades e do trabalho monótono. Parece realizar-se a reprodução do mito do*

*paraíso perdido, lugar desejado e procurado pelo homem depois de sua expulsão do Éden” (DIEGUES, 1994:11).*

Havia assim, um paradoxo dentro do pensamento naturalista que buscava de um lado isolar os espaços naturais das ações das técnicas humanas, como uma forma de manter os espaços de vida ideais aos homens. De outro, os naturalistas buscavam aproximar os homens da natureza, como uma forma de levar o homem ao seu lugar ideal, dentro das leis naturais.

Desta forma, identificamos como a sociedade ocidental moderna representa os espaços naturais. Se de um lado há uma admiração e vontade de conhecer estes espaços como forma de conhecer a si mesmo, de buscar suas essências, por outro, é através de seu estudo e apropriação de seus elementos, e da transformação destes através da técnica que o homem moderno racionaliza seu espaço de vida, tido como o ideal.

Recorremos à compreensão da origem destes ideais – racionalista, naturalista e romântico - com o intuito de historicizar a relação homem-natureza, historicizando assim os espaços naturais. Segundo Silveira (1992: 20), vemos na relação homem-natureza um predomínio dos ideais racionalistas no decorrer da modernidade que levou aos ditos ‘problemas ambientais’ atuais, representados através da deterioração dos espaços físicos e sociais. Estes espaços denotam uma intervenção humana na natureza em níveis nunca antes imaginados, como o que incitou, por sua vez, a chamada ‘questão ambiental’ que discutiremos adiante. Estes problemas ambientais fizeram com que houvesse uma ascensão dos ideais ambientalistas inspirados primeiramente na filosofia romântica e naturalista, que modificaram substancialmente a relação da sociedade contemporânea com seus espaços naturais ao acrescentar novos elementos na representação destes, a partir da preocupação que a sociedade contemporânea passa a ter com questões que remetem ao futuro do planeta. No entanto, de acordo com o interesse do trabalho, faremos primeiramente uma análise do desenvolvimento da atividade turística e, depois, faremos uma discussão sobre a transformação da relação homem com a natureza a partir do ambientalismo associando-a a apropriação dos espaços naturais por esta atividade.

Esta representação da natureza desenvolvida a partir dos ideais românticos e naturalistas vai ser utilizada na apropriação do espaço pela atividade turística, fazendo com

que tenhamos a necessidade, portanto, de discutir como se desenvolve este processo de apropriação de apropriação, tema de extrema importância para os estudos geográficos.

## CAPÍTULO II

### A ATIVIDADE TURÍSTICA

#### 2.1 - O TURISMO E A APROPRIAÇÃO DO ESPAÇO

As implicações espaciais da atividade turística determinaram o motivo pelos quais os geógrafos despertaram para o estudo acerca desta temática. A fim de exemplificar esta afirmação, no ano de 1975, a atividade turística foi apresentada por Armando Corrêa da Silva como uma das principais causadoras das transformações e reorganizações espaciais por que passava o litoral norte paulista. O referido autor, em sua tese de doutoramento, apresentou uma hierarquia dos elementos responsáveis por este processo na região. Foi estabelecida a seguinte hierarquia:

*“1- Atividades portuárias e costeiras: Organizaram-se quase todas nas décadas de 1960 e atual. São as mais dinâmicas e que até o presente comandam a organização do espaço, embora com interesses que ultrapassam os limites micro-regionais; 2- Urbanização e turismo: Até 1964 eram as mais importantes, podendo talvez vir a ocupar novamente o primeiro lugar, pois o Litoral Norte está sendo organizado também como atividade turística, de que Caraguatatuba, Ubatuba e Ilha Bela são a maior expressão. 3- Ruralização e mercado: O desenvolvimento urbano e industrial está redefinindo a organização do espaço rural onde predominavam a pesca e agricultura de subsistência do caiçara e do capuava” (SILVA, 1975: 11/12 [grifo meu]).*

Armando Corrêa da Silva nos mostra que o turismo apresentava-se, entre as décadas de 1960 e 1970 como uma das principais responsáveis pelas transformações espaciais ocorridas no litoral norte do estado de São Paulo e, diretamente responsável pelo processo de urbanização da região.

Segundo Rodrigues, Arlete M. (1999: 58):



*“Ao apropriar-se, assim, de um determinado espaço a atividade turística – através de diversos agentes – que passam pelos proprietários de uma determinada amenidade, e/ou pelos grileiros, até por aqueles que estão consumindo – re-cria condições para a exploração/produção e reprodução do espaço geográfico”.*

A transformação do espaço se daria, segundo Rodrigues, Arlete M. (op. cit.), quando há a edificação ou instalação de equipamentos turísticos, e todas as demais mercadorias que se materializam neste espaço já mercantilizado. Estradas e vias de acesso aos pontos mais visitados, hotéis, restaurantes, tendas que vendem artesanato etc. Acreditamos também que a apropriação do espaço se daria através da introdução de leis que beneficiem o turismo. Interessa também à geografia os aspectos simbólicos envolvidos no processo de apropriação do espaço. Em seu aspecto simbólico, a apropriação do espaço se daria a partir da utilização da representação deste espaço na comercialização dos serviços e na legitimação das leis e normas que visam contribuir para esta atividade.

Assim, teríamos duas inserções relevantes no estudo da transformação do espaço provocada pela atividade turística. Uma simbólica e, outra material.

*“Entendo que o turismo é uma atividade que produz (mesmo quando se apropria sem transformar) espaços. Valora uma determinada paisagem sem que haja uma intervenção para a produção espacial: olhar o céu, - cheio de estrelas, o mar, os rios, a paisagem dos Alpes etc. Ou seja, trata-se da ‘vista’ da paisagem sem que nenhuma transformação ocorra, pela intermediação da atividade turística naquele lugar. Evidentemente, sabemos que houve uma transformação, pois a atmosfera e a água circulam pelo globo. Há também as demarcações simbólicas, de quem é o ‘dono’ do lugar, seja um indivíduo ou o Estado” (RODRIGUES, Arlete M. 1999: 56).*

Segundo Cruz (2001: 17), o próprio processo de transformação do espaço em território turístico já exigiria uma readequação, um reordenamento dos objetos constituintes deste espaço, para suprir as exigências dos consumidores deste espaço.

*“O turismo concorre, no processo de transformação dos territórios para seu uso, com outros usos do território, bem como com formações sócio-espaciais precedentes a seu aparecimento. Apesar desses confrontamentos, a força do turismo é dada por sua capacidade de criar, de transformar e, inclusive, de valorizar, diferencialmente, espaços que podiam não ter valor no contexto da lógica de produção...”* (NICOLÁS, 1996; apud: CRUZ, 2001).

Concebemos o turismo como uma atividade econômica que gera bens de consumo a partir da fetichização de produtos gerados como necessidades sociais, bens de consumo do turismo que, a partir da década de 1990, expandem-se cada vez mais tendo, entre um dos motivos um fato especial que é de extremo interesse deste trabalho, ou seja, o da utilização dos discursos ambientalistas que apresentam o turismo como uma alternativa para o desenvolvimento econômico sem causar a degradação, tanto do patrimônio público, quanto dos recursos naturais e das culturas tradicionais. É uma atividade que propõe o consumo dos objetos que compõe um determinado local, sejam eles a paisagem cultural, os parques, as atividades esportivas, shows musicais, restaurantes, museus, hotéis, cassinos etc. É gerado através da transformação destes objetos em mercadoria para esta finalidade.

O turismo, em muitos destes casos mostra-se capaz de produzir mercadorias sem necessariamente modificar materialmente os espaços dos quais apropria-se. A paisagem cultural, enquanto marca da evolução de uma determinada sociedade pode transformar-se em atrativo turístico. Contudo, as modificações materiais fazem-se inevitáveis, devido à necessidade de introdução dos bens de consumo, também chamados de equipamentos turísticos, que correspondem à primeira evidência da existência desta atividade. Entre os mais comuns bens de consumo turísticos temos os hotéis, pousadas, campings, restaurantes, bares e lanchonetes, entre outros. É a natureza fetichizada que passa a ser considerado atrativo turístico. Estes exemplos citados como equipamentos turísticos podem, também, tornarem-se um atrativo turístico. Mas estes, neste caso, são mais comumente encontrados como serviços do turismo, ou seja, estariam mais comumente acoplados aos atrativos turísticos principais, se apresentando de suporte aos turistas. São estes serviços, acoplados da natureza fetichizada que vão ser comercializados pela atividade turística.

## 2.2- A FETICHIZAÇÃO DA NATUREZA E A APROPRIAÇÃO DOS ESPAÇOS NATURAIS

Segundo Marx (1980: 81), a produção da mercadoria é uma ilusão sobre o produto forjada pelos meios de produção capitalistas, que se aproveitariam da alienação dos consumidores em relação ao trabalho despendido na produção dos objetos, sendo que esta produção, perderia sua verdadeira função de criar apenas soluções para as necessidades sociais. Neste processo, ao capital cultural e social atrelado ao objeto é acrescentado um capital simbólico que sacraliza este objeto. Esta carga simbólica ocultaria o produto como resultado direto do simples dispêndio da força de trabalho, deixando sua origem misteriosa, dando-lhe uma forma simbólica dissimulada. Para Marx esta carga simbólica visa produzir uma representação social sobre as coisas que, na verdade, tem uma estreita relação com a estrutura de uma relação mais econômica que social. Ou seja, há uma estratégia para mascarar uma relação econômica, mascarando conseqüentemente o produto do trabalho humano, que ganharia este caráter dúbio. Esta dubiedade é originada segundo Marx a partir do 'fetichismo'. As mercadorias seriam neste caso, o que simboliza as relações econômicas, ou a materialização destas relações.

Rejeita-se aqui a perspectiva econômica a qual concebe o consumo apenas como um objeto trocado por uma quantia de dinheiro em função do rendimento disponível dos consumidores e dos preços dos bens. Segundo Baudrillard (1981: 54), o consumo é regido por uma lógica de significações em que todos os objetos se convertem em mercadoria. Assim, qualquer coisa pode ser convertida ao serviço dos bens e transformada em mercadoria. Este é o principal mecanismo da publicidade a qual Baudrillard (1989) entende como expressão pura da sociedade de consumo, a qual busca traduzir um espírito, atitude ou estilo de vida em objetos que podem ser adquiridos.

Assim, objetos que podem representar relações historicamente construídas (movimentos sociais, estilos de vida etc) como as vestimentas e acessórios hippies ou, como Baudrillard (1981: 55) exemplifica, a aliança, que é símbolo da relação de casal, podem se tornar mercadoria a partir do momento em que são re-significados, tornando-se objetos de consumo.

Segundo Baudrillard (1989: 174/5), a publicidade tem como estratégia mais recente um consumo o mais dirigido possível, tendo em vista evitar um condicionamento totalitário do homem e de suas necessidades. A publicidade não apenas realiza sua função objetiva e essencial de divulgar as características deste ou daquele produto e promover-lhe a venda, mas, dentro de uma função estratégica, procura tratar de uma outra coisa mais fundamental para a sociedade global, como a preservação do meio ambiente, por exemplo, deixando a mercadoria a qual tem como objetivo vender, como um simples *álibi*<sup>1</sup>.

*“Assim como a função do objeto pode em último caso não passar de um álibi para as significações latentes que impõe, assim também na publicidade o produto (...) designado (sua denotação, sua descrição) tende a ser somente um álibi sob cuja evidência se desenrola toda uma confusa operação de integração”* (BAUDRILLARD, 1989: 175).

Haveria assim uma integração entre o produto comercializado e algumas necessidades sociais que o legitimam e o valorizam enquanto necessário e dando a impressão, ao mesmo tempo, de que o produto comercializado não é o mais importante. Esta seria uma estratégia da publicidade tendo em vista a resistência da sociedade de consumo. Segundo Baudrillard a sociedade de consumo procura evitar caracterizar-se como tal, a ponto de evitar se convencer pela própria publicidade enquanto essência, ou seja, enquanto simples divulgadora de uma mercadoria. Assim, os indivíduos consumiriam os produtos por outros motivos que não por eles próprios, mas por uma causa mais importante que vem acoplada ao produto.

No caso do ecoturismo, por exemplo, é a apropriação dos espaços naturais, mas não uma apropriação física dos elementos da natureza, mas de uma apropriação simbólica destes elementos naturais enquanto símbolos do movimento ambientalista, e sua associação com os objetos de consumo, que vai determinar a apropriação do espaço pela atividade turística. Dentro da lógica de Baudrillard (1989), a publicidade turística, no caso do ecoturismo, busca divulgar os produtos do turismo como associados ao ideal ambientalista,

---

<sup>1</sup> Sobre a noção de álibi na abordagem marxista a referência é NETTO, José Paulo. *Capitalismo e Reificação*. São Paulo: Ciências Humanas, 1981.

a uma necessidade social de promover a conservação dos espaços naturais. Os hotéis/pousadas/campings, agências de turismo e sítios turísticos servem apenas como álibi, visto que o que é comercializado são as necessidades de conhecer os espaços naturais com a finalidade de preservá-los, assim, estando a mercadoria associada aos ideais ambientalistas. O discurso publicitário pressupõe a necessidade de experienciar a natureza para melhor compreendê-la para melhor conservá-la.

No entanto, enquanto atividade econômica, o turismo deve ser analisado em sua totalidade, sendo que sua diversidade está nos objetos consumidos. Um agrupamento de objetos que identificam um dado local ou que caracterizam uma determinada prática ou cultura passa a ser denominado de forma distinta de acordo com as características que em conjunto, os diferencia, possibilitando ao turismo dividir-se em uma gama de segmentos. Esta diversificação do turismo em vários segmentos é bem aproveitada pela publicidade turística que tem a possibilidade de oferecer aos indivíduos a possibilidade deste se diferenciar dos demais sugerindo uma pretensa não alienação à sociedade de consumo. Assim, vemos que quanto mais os turistas querem distanciar-se do consumo, mais modalidades de turismo emergem (turismo rural, turismo de aventura, ecoturismo, turismo histórico, pedagógico etc)<sup>2</sup>.

Contudo, anteriormente à esta classificação, ocorre a fetichização destes objetos. Segundo Ouriques (2005: 61), uma etapa subsequente a fetichização seria alcançada a partir da *espetacularização* de objetos e lugares. Nesta etapa, nenhum objeto deixaria de passar pelo processo de valorização capitalista. Cidades, lugares e paisagens nesta etapa, estariam, totalmente apropriadas pelas atividades econômicas.

*“No turismo, o fetichismo da mercadoria é potencializado. A natureza (vamos dizer, a paisagem natural) parece dotada, intrinsecamente, de finalidade turística. Isto é, praias e montanhas (por exemplo) acabam se transformando, ‘naturalmente’, em objetos de consumo turístico [...] São apropriados pelo turismo porque foi construída, socialmente, a idéia de que são objetos passíveis de ser consumidos turisticamente por meio de visitas*

---

<sup>2</sup> Sobre a diversidade de modalidades turísticas, vimos em YÁZIGI, Eduardo. A importância da Paisagem. In: *Turismo e Paisagem*; Eduardo Yázigi (organizador). São Paulo: Contexto, p.11-27, 2002.

*rápidas e filmados ou fotografados para ser mostrados” (OURIQUES, 2005: 61).*

Para Ouriques (2005: 52), a atividade turística é a que mais contribui para este processo de espetacularização do espaço, por utilizar-se de imagens e transformar, desta forma, as representações sociais sobre os espaços.

Quanto à atividade turística de maneira geral, Becker (1995: 1) identifica que foi no final do século XIX que surgiram os primeiros agentes e companhias dedicadas para organizar esta atividade, no momento exato em que grupos sociais passaram a ter dinheiro disponível para consumir seus produtos. Segundo Diegues (1994: 22), foi no século XIX que houve a criação dos parques nacionais de Yellowstone e Yosemite, nos Estados Unidos, fruto dos ideais de naturalistas da época.

Neste período, também, surgiram os primeiros safáris africanos, havendo assim uma procura grande por parte da elite econômica norte-americana e européia pelo consumo destes, assim como dos passeios e meios de hospedagem existentes em alguns pontos da África. Era um turismo voltado a uma classe econômica muito específica, representada por uma elite econômica capitalista muito exclusiva. A semelhança com o consumo de massa atual está no fato de que a prática do turismo significava uma condição de *status*, motivada pela projeção social de seus praticantes que ostentavam o consumo de espaços inóspitos, selvagens e distantes, mas distante de um ideal de consumo associado à preservação dos recursos naturais, como se caracteriza atualmente o consumo destes espaços.

Desde então, a promoção da atividade turística tornou-se gradativamente uma nova fronteira de acumulação centrada num novo produto, capaz de agregar-se aos espaços produtivos pré-existentes de acumulação capitalista. Mas, segundo Becker (1995: 5), foi no século XX que ocorreu a metamorfose significativa do turismo, através da massificação de padrões de consumo que o *welfare state* possibilitou, principalmente nos países capitalistas centrais. Foi após a II Guerra Mundial (1939-1945) que a atividade turística passou a ser vista pelo grande capital como uma possibilidade de gerar grande montante de renda, momento que coincide com o surgimento de uma classe média com maior poder de consumo, principalmente nos países desenvolvidos, onde as vitórias das classes trabalhadoras e ascensão de partidos trabalhistas nos governos nacionais, defendendo e

implementando leis que deram aos trabalhadores comuns, maior tempo livre, facilitaram o consumo dos espaços através de viagens a longas distâncias. Os chamados “trinta anos gloriosos”, que se seguiram à II Guerra Mundial, foram decisivos para o surgimento do turismo de massa. As elevadas taxas de crescimento econômicos mundiais, lideradas pela expansão do setor industrial, foram acompanhadas do aumento do nível de emprego e, nos países desenvolvidos, pela crescente participação dos salários na renda. O movimento de ascensão dos países europeus e do Japão em relação aos Estados Unidos engendrou a difusão de padrões de consumo americanos nos mesmos, facilitada por vezes pela presença das multinacionais americanas. As conquistas sociais empreendidas pelos trabalhadores, dentre as quais estavam as férias remuneradas, asseguraram condições para o usufruto do tempo de lazer (BEZERRA, 2002: 05).

Esta nova organização do capitalismo mundial deu ao mercado um maior controle sobre o tempo. Inclusive, criando estratégias de apropriação do tempo livre da sociedade. O tempo passa a ser criador de novas relações sociais. Ele passa a ser controlado pela lógica do mercado e o tempo livre do trabalho deixa de ser visto como o tempo em que o indivíduo deixa de exercer suas funções sociais e econômicas.

Outro fator que vai motivar o turismo é a criação de mais eficientes e mais baratos meios de transporte e de comunicação, em virtude da incorporação nestes setores de uma maior tecnologia advinda do campo científico e das pesquisas tecnológicas, o que resultou na introdução de aviões com tecnologia semelhante aos aviões militares como meio de transporte civil, na otimização do tempo em virtude de meios de locomoção mais rápidos e o barateamento de seu uso (ver quadro 01) (KRIPPENDORF, 1989: 35).

**QUADRO 01: CUSTO MUNDIAL DO TRANSPORTE AÉREO, PERÍODO 1930-90,  
EM US\$ CONSTANTES DE 1990.**

<b>ANOS</b>	<b>RECEITA MÉDIA POR PASSAGEIRO/KM NO TRANSPORTE AÉREO</b>
1930	0,68
1940	0,46
1950	0,30
1960	0,24
1970	0,16
1980	0,10
1990	0,11

Fonte: FMI, *World Economic Outlook*, maio 1997; apud: Bezerra (2002: 05).

O crescimento desta atividade fez com que em todo o mundo fossem criados projetos para orientar o desenvolvimento desta atividade, principalmente na esfera das políticas públicas nacionais. Segundo Bezerra (2002: 42), o México foi o primeiro país da América Latina a estabelecer um plano de desenvolvimento para o turismo, em 1961. Também na década de 1960, países começaram a planejar o turismo no intuito de desenvolver locais específicos de seu território. Estes planejamentos ocorreram primeiramente na Europa – Alemanha, França e Itália - cuja intenção era utilizar a atividade turística para desenvolver regiões mais atrasadas economicamente, como o sul da Itália, regiões agrárias da França e Alemanha etc. Neste processo de planejamento, vários países criaram suas organizações nacionais de turismo. Muitas destas, além de disporem de aspectos normativos para o setor, tornaram-se responsáveis pela definição das políticas turísticas domésticas e pela coordenação de certos mecanismos de incentivo para desenvolvê-las. Estas instituições tinham perfis diferenciados segundo os países aos quais pertenciam; apresentando-se como comissões, departamentos ou mesmo Ministérios. Principalmente nos países industrializados na época (década de 1960), houve uma descentralização das políticas que planejavam o turismo. Esta foi uma tendência que se



manteve nestes países e que configuram suas políticas de desenvolvimento do turismo.

Segundo a OMT (Organização Mundial do Turismo, 1999), no caso dos países da América Latina, Central e África, há uma centralização de poderes sobre o planejamento do turismo que inicialmente tinha no Estado (década de 1960/70/80) sua figura máxima, tanto como coordenador como executor dos projetos. Já na década de 1990, a função do Estado passou a ser de regulamentar esta atividade, cabendo ao setor privado coordenar seu desenvolvimento. No Brasil, não há um projeto de desenvolvimento turístico muito claro. Isto acaba possibilitando diferentes formas de apropriação do espaço pela atividade turística, geralmente determinada pelos agentes econômicos de grande capital ou pela administração pública local.

Entre as décadas de 1950 e 1960, podemos dizer que há uma carência de dados precisos que mostrem uma evolução das viagens internacionais, senão a partir de 1965. Através do Anuário Estatístico da Embratur, descobrimos que entre 1965 e 1970, o fluxo internacional de turistas foi elevado de 112,9 milhões de pessoas para cerca de 200 milhões de pessoas nos dois anos considerados. Fato que nos interessa discutir, é que o modelo de turismo de massa desenvolvido durante as décadas de 1950 e 1960 vai ser substituído por uma outra concepção de turismo. Esta concepção origina-se dentro de um contexto de contestação do modelo de acumulação capitalista amparado no modo de produção fordista, modelo que amparava o desenvolvimento do turismo assim como de todos os setores econômicos nas duas décadas subseqüentes a II Grande Guerra, contestações que partem, no caso do turismo, das populações dos lugares receptores do turismo, que vai culminar em uma nova concepção de desenvolvimento da atividade turística. Esta nova concepção vai determinar uma nova lógica de apropriação dos espaços turísticos. Contudo, com a mudança no modelo de desenvolvimento, o turismo mundial não deixou de crescer. Segundo dados da Embratur, o número de turistas no mundo, de 1970 a 2000, cresceu de 2000 milhões de pessoas por ano para exatas 697,8 milhões de pessoas. Tudo isto facilitado pelo barateamento do transporte aéreo que continuou a ver seus preços caírem entre as décadas de 1970 e 1990, como foi observado no quadro 01. Apesar deste avanço, segundo Ouriques (2005: 42; apud: WALLERSTEIN, 2001: 106), no máximo de 05% a 10% da população mundial pode empreender uma viagem turística (se levarmos em consideração os dados da Embratur, acima, este número chega próximo de 15% da população mundial).

Contudo, não cabe a este trabalho uma análise mais profunda da implicação do turismo na dinâmica econômica global. O que nos interessa mais nesta abordagem é discorrer sobre a evolução do processo de apropriação dos espaços naturais por esta atividade.

### **2.3- O TURISMO E A APROPRIAÇÃO DOS ESPAÇOS NATURAIS**

Pires (1998: 28) identifica que a história da humanidade em todas as épocas está pontuada de iniciativas e feitos que dão conta do interesse pela natureza, mas nem sempre no aspecto de sua exploração e aproveitamento econômico, mas também no sentido do seu desfrute pessoal com benefícios físicos, culturais, psicológicos e espirituais. O autor se reporta às viagens de Heródoto e Marco Pólo, que tinham em comum, entre outras coisas, viagens a fim de conhecer a geografia e os aspectos ambientais das regiões visitadas.

Porém, não acreditamos na hipótese de que essas iniciativas comuns em períodos remotos da história da humanidade possam ser caracterizadas como atividades turísticas, senão ao analisá-las como ações que participavam das transformações das representações acerca dos espaços naturais, pois estas viagens eram por uma finalidade científica e política e não por uma finalidade de consumo, não havia a intenção de consumir espaços e, sim, conhecê-los e dominá-los, segundo a ordem geopolítica vigente naquele momento. Assim também eram as viagens realizadas pelos naturalistas e cientistas nos séculos XVIII e XIX.

Acreditamos na existência da modalidade ecoturismo somente quando há uma apropriação dos espaços naturais o que resulta na introdução de equipamentos nestes e em seu entorno que irão servir a esta atividade, alterando-o tanto materialmente quanto simbolicamente, através da apropriação simbólica e determinação de novos usos aos recursos naturais presentes. Entendemos aqui os recursos naturais como algo ligado ao lugar e pertencente à história deste, compondo o que Moraes (2000: 71) define como Patrimônio Natural de uma sociedade que se apropriou destes objetos naturais e os transformou, dando-lhes um uso condizente com suas necessidades. Portanto, se os recursos naturais pertencem aos domínios territoriais da sociedade que gerou este valor de uso, então, estes não podem ser analisados sem levar em conta o trabalho envolvido no seu processo de construção, o que envolve a população que o construiu.

*“Assim, à diversificação natural dos lugares terrestres, que expressa uma desigual presença de processos e fenômenos da natureza em cada localidade, há que se adicionar essa requalificação a cada momento do que constitui a riqueza natural para uma dada sociedade. Essa natureza requalificada pela mediação da sociedade (e da técnica) circunscreve o conjunto de recursos naturais de um dado meio, sua naturalidade historicizada pela apropriação humana (que tem como primeiro passo à identificação da dinâmica dos processos naturais e das qualidades dos fenômenos da natureza). Essa riqueza depositada em um dado espaço constitui o patrimônio natural da sociedade que o domina, sendo um dos elementos caracterizadores de seu território” (MORAES, 2000: 71).*

A associação destes recursos com os bens de consumo produzidos pelo turismo vão esconder seu processo de construção, ou seja, vai esconder sua relação com o lugar e conseqüentemente sua relação com os que o vivenciam. O Patrimônio Natural é então re-apropriado pela atividade turística, requalificando os recursos naturais da lógica do lugar que atribuiu a eles o valor de uso. Uma nova relação geralmente é construída sob uma lógica que é determinada pelos sujeitos promotores da atividade turística, que determinam a instalação dos equipamentos, as regras, as políticas e o marketing turístico, o que inclui os turistas e moradores das localidades turísticas. Quanto ao ecoturismo, acreditamos na existência desta modalidade turística somente quando há uma reapropriação dos espaços naturais e transformação destes visando servir a produção de bens de consumo, o que pode ser representado pela introdução de equipamentos que irão servir a esta atividade, alterando assim, este espaço, tanto materialmente quanto simbolicamente.

Uma re-apropriação simbólica destes espaços vai determinar uma nova relação da sociedade com os espaços naturais e esconder as relações que se davam anteriormente, escondendo, como vemos na maioria dos estudos turísticos, sua relação com o lugar e conseqüentemente sua relação com os que o vivenciam mais diretamente<sup>3</sup>. A aceitação

---

<sup>3</sup> Luchiarri nos fala das transformações entre as relações da população caiçara e o espaço vivido a partir da apropriação deste espaço pela atividade turística. LUCHIARI, Tereza. O lugar no mundo contemporâneo: turismo e urbanização em Ubatuba-SP. Tese (doutorado). Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 1999.

desta condição pela população receptora se dá, segundo Ouriques (2005: 46), pelo fato de haver uma compensação, totalmente subordinada ao capital, ou seja, o fato do turismo trazer renda para o lugar apropriado, transformando muitas vezes estes locais em reféns dos interesses desta atividade, apenas por esta subordinação ao capital.

Na grande maioria dos casos, os espaços naturais são re-apropriados pela atividade turística, desprendendo os recursos naturais da lógica do lugar que atribuiu a eles o valor de uso. Uma nova relação é construída sob uma lógica que é determinada pelos sujeitos promotores da atividade turística, que determinam a instalação dos equipamentos, as regras, as políticas e o marketing turístico, o que inclui os turistas e moradores das localidades turísticas. Esta relação entre turismo de massa, que se dá a partir da década de 1950, e a apropriação dos espaços naturais para a prática desta atividade, que se dá a partir das preocupações futuras geradas com os movimentos ambientalistas na década de 1970 é o que podemos chamar de ecoturismo. Assim, discutiremos a seguir a origem e o contexto histórico de sua evolução, que está diretamente relacionado à eclosão do movimento ambientalista.

## CAPÍTULO III

### A CONCEPÇÃO DE NATUREZA NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E A ORIGEM DO ECOTURISMO

#### 3.1- O AMBIENTALISMO E O TURISMO

Os meados da década de 1960 marcaram a emergência de um conjunto de movimentos oriundos de uma insatisfação com o modelo de desenvolvimento racional capitalista vigente. Várias correntes ambientalistas com diferentes ideologias e posições políticas se formaram neste período. Entre estes, aqueles que se embrenharam no meio político, criando correntes e partidos políticos, como o Partido Verde alemão, entre outros, e passaram a defender um desenvolvimento político/econômico e social sustentado na reprodução das teorias naturalistas (DIEGUES, 1994: 15). Este período marca o momento em que se soma a esta insatisfação com o modo de produção capitalista uma preocupação cada vez maior com os problemas futuros causados pelo mau uso dos recursos naturais.

Segundo Ferreira (2003: 89), a este movimento foi dado o nome de *ambientalismo*, movimento este que foi sendo consolidado pelo desenvolvimento de organizações não-governamentais (ONG's) e grupos comunitários que tinham em comum a luta pela proteção dos recursos naturais e com o ambiente vivido pelas sociedades industriais. Segundo Pires (1998: 43), foi a difusão e o aumento das informações produzidas sobre os problemas ambientais, como as conseqüências da poluição do ar, das águas e a destruição das matas e florestas, para a sociedade, que despertou uma nova concepção da relação do homem com a natureza. Informações estas produzidas por diversos estudos científicos que canalizaram as contestações das populações que sofriam diretamente os impactos destas conseqüências.

Cientificamente, a abordagem deste movimento social foi sendo desenvolvida, primeiramente, na Europa Ocidental, pela corrente marxista:

*“Segundo este enfoque, as transformações na estrutura social (forte expansão do setor de serviços que absorve mão-de-obra altamente qualificada) têm favorecido a emergência de novos movimentos sociais (basicamente o pacifismo, o feminismo e o ecologismo), que questionam o sistema capitalista partindo de uma orientação valorativa diferente dos movimentos sociais tradicionais, com ênfase na qualidade de vida e na descentralização” (FERREIRA, 2003: 91).*

Este debate científico foi fortemente divulgado durante os meados da década de 1960, culminando em movimentos sociais ambientalistas concomitantemente a outros movimentos de contra-cultura, que protestavam por mudanças na estrutura econômica e social global.

A esta preocupação do ambientalismo, Rodrigues, Arlete M. (1998: 02) denomina *questão ambiental*. Segundo Rodrigues, Arlete M. (op. cit.), a chamada questão ambiental coloca em destaque contradições da produção social do espaço e das formas de apropriação da natureza. Formas de apropriação tanto reais – as formas concretas pelas quais a natureza é transformada -, como simbólicas – o pensamento sobre estas apropriações e transformações. A questão ambiental deveria ser compreendida, segundo Rodrigues, Arlete M. (op. cit.) como um produto da intervenção da sociedade sobre a natureza sendo que os problemas ambientais dizem respeito às formas como o homem em sociedade apropria-se da natureza. Esta preocupação com os problemas futuros gera uma aceleração da apropriação, exploração e uso do espaço natural. Assim, para evitar problemas ambientais futuros, a sociedade apropria-se, explora e dá cada vez mais usos aos recursos naturais. Segundo Rodrigues, Arlete M. a sociedade apropria-se mais do espaço natural ao delimitar reservas naturais, por exemplo, e ao gerar patente de propriedade intelectual. Explora, ao buscar conhecer estes recursos mais a fundo e ao definir suas potencialidades, ou seja, ao buscar uma melhor forma de utilizá-los. E atribui ‘usos’ ao sugerir e aplicar ações que preservem suas formas, impedindo tipos de atividades que causem sua transformação material, mesmo que estes usos não tenham relação com o processo histórico que constituiu o espaço onde estão localizados estes recursos.

Retornando a discussão acerca do movimento ambientalista, é certo que estes se estabeleceram dentro de um contexto cultural onde outros movimentos ativistas (os movimentos hippies, os movimentos estudantis, os movimentos esquerdistas revolucionários, entre outros) que se embrenhavam contra a estrutura econômica e política vigente cuja lógica era a maximização da produção e otimização do uso dos recursos naturais e um descaso com o bem estar das populações. Havia assim uma certa identificação entre estes movimentos, que se mobilizavam inclusive conjuntamente.

Nos anos de 1970, a concepção ambientalista configurava-se como extremamente protecionista. As causas defendidas pelos movimentos ambientalistas sobrepunham aos interesses antrópicos. Suas ações eram cada vez mais organizadas através de ONG's e suas discussões, sistematizadas e divulgadas em conferências e encontros. A Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, realizada em Estocolmo, em 1972, caracterizou-se pela refração destas idéias no âmbito político global. Não por isso, não se refletiu no âmbito político local. Mas esta conferência constituiu-se o marco inicial de um debate instituído globalmente a partir da concepção ambientalista. Segundo Pires (1998: 44), apesar da existência de diversos tratados entre países e governos (mais de 50), como de terem sido realizadas algumas medidas político-administrativas anteriormente a esta conferência, esta se tornou o marco culminante do ambientalismo. A conferência de Estocolmo marca o início da sistematização do discurso ambientalista ao mesmo tempo em que foram sugeridos projetos que envolvessem cada vez mais os propósitos ambientalistas nas agendas político-administrativos e empresariais. Diversas linhas de financiamento entre ONG's e instituições sociais. Devido à projeção deste debate, partidos políticos no mundo todo começaram a adotar certos pressupostos dos ideais ambientalistas, assim como empresas multinacionais e locais começaram a associar suas marcas a este movimento.

A junção destas três esferas fez com que se criasse um alto fluxo de financiamento e logística oriundo principalmente de países desenvolvidos, em direção às ONG's e em novas concepções de organização do espaço natural como, por exemplo, a criação das Unidades de Conservação nos Estados Unidos (PIRES, 1998: 45).

Muitos espaços naturais passaram a ser gerenciados pelo Estado com o intuito de preservar os recursos naturais e, adquiridos e gerenciados por ONG's privilegiadas pelo alto poder de captar fundos pelo mesmo motivo. No entanto, esta abundância de fontes de

financiamento chegou a cessar na década de 1980, em decorrência da crise econômica global provocada pela chamada 'crise do petróleo', o que causou uma diminuição das fontes de financiamento de projetos desenvolvidos principalmente por ONG's.

O poder público também diminuiu seus investimentos nesta área. Uma transformação na concepção ambientalista estaria por vir. O movimento ambientalista, representado pelas ONG's, assim como o poder público, em nível global, começou a incorporar novas tendências, devido à necessidade de buscar fundos para a manutenção dos espaços naturais. Junto a este problema, surge outro associado ao protecionismo da década de 1970. Ao isolar os espaços naturais da população, o poder público gerou uma situação de retrocesso no desenvolvimento econômico das populações localizadas nas proximidades destes espaços e que historicamente dependiam do uso de seus recursos naturais. Impedia também a instalação de outras formas de atividades econômicas que trouxessem qualquer tipo de transformação ou dano a estes espaços. O poder público gerava a insatisfação destas populações e as ONG's, sua antipatia. Assim, novas propostas deveriam surgir como estratégia para a manutenção destes espaços, associadas ao desenvolvimento econômico destas populações. O ideal *preservacionista* deveria ser substituído. Diversas reuniões e encontros foram desenvolvidos no intuito de resolver estes problemas. O debate em torno da criação de uma nova concepção foi iniciado.

Neste contexto, surge, em 1987, o Relatório Brundtland, também conhecido como Nosso Futuro Comum. Segundo Pires (1998: 45), a criação deste relatório marca o fim do *preservacionismo*, e o surgimento de um novo ideal ambientalista que passou a incluir a sociedade nos debates ambientais. É através da Segunda Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – a RIO 92, que estes debates são sistematizados e divulgados globalmente, através da elaboração e publicação de documentos, incluindo a Agenda 21, que se caracteriza como o próprio nome diz, como uma agenda que propunha uma série de medidas a serem tomadas pelo poder público de todos os países, num período de dez anos, com a finalidade de resolver problemas e soluções pertinentes às questões propostas pelos ambientalistas desta nova era, ou seja, oriundo dos ideais ambientalistas pós-protecionismo.

Assim, na década de 1990, políticos e ambientalistas unem-se novamente com o intuito de discutir soluções para adequar as políticas públicas às proposições globalmente



discutidas. Mais uma vez, devido à refração mundial deste debate na população mundial, as empresas multinacionais e locais voltam a interessar-se na associação de suas marcas ao movimento ambientalista, e a financiar estes projetos. Dentre as propostas sugeridas de uso dos recursos naturais, o turismo foi apresentado como uma possibilidade de desenvolvimento econômico que, baseado nos ideais ambientalistas, traria um desenvolvimento econômico que manteria os recursos naturais conservados. A idéia era fazer uma junção entre atividade econômica e natureza, buscando a preservação dos recursos naturais. Ou seja, buscavam-se formas de utilizar os recursos naturais máis, conservando-os. Passou-se, assim, a motivar o cidadão comum a conhecer lugares que apresentassem elementos que simbolizassem a natureza intocada, tentando incentivar os meios de produção capitalistas a se reproduzirem através da própria preservação da natureza, unindo os interesses dos ambientalistas aos interesses do capitalismo. É este turismo que passou a ser chamado de ecoturismo.

Voltando à análise da gênese do ecoturismo, temos que a partir da década de 1970, este passa a se desenvolver acompanhando a onda dos movimentos sociais citados. Esta atividade começa a ser duramente criticada a partir da divulgação pelos meios de comunicação, amparados no meio científico, dos malefícios que esta atividade gera nas localidades receptoras de turistas. A comunidade internacional começa então a debater o turismo e suas conseqüências locais e globais. Como decorrência desta preocupação, foi realizado em Washington em 1976 o Seminário Sobre Impactos Sociais e Culturais do Turismo, promovido pelo Banco Mundial e a UNESCO e, em 1980, a Conferência da Organização Mundial do Turismo (OMT). Estes acontecimentos mostram-se extremamente relevantes e aponta a maior importância de iniciativas conseqüentes ocorridas especialmente na Europa, que começa a despertar para seu questionamento (PIRES, 1992: 34).

Segundo Pires (op. cit.), os principais problemas apontados pelos estudiosos no assunto eram até então relacionados à especulação imobiliária; expropriação e ocupação violenta do território por parte das forças e agentes turísticos; a expulsão e marginalização de populações locais; a ruptura dos valores culturais e desequilíbrio da economia local; a degradação de culturas tradicionais; a manipulação da memória e da herança coletiva; a violação de lugares sagrados; segregação étnica; formação de guetos turísticos; desvios de

comportamento e prostituição de mulheres e adolescentes; comportamento grosseiro e insensível de turistas nos destinos turísticos estrangeiros; poluição e destruição do meio natural; imperialismo econômico por corporações transnacionais, neocolonialismo e; evasão de divisas para o exterior.

Assim como contraposição a este modelo de turismo, as comunidades tradicionais, localidades turísticas passaram a reorganizar o processo de apropriação de seu espaço por esta atividade. Começaram a surgir projetos de desenvolvimento turístico com ênfase nos aspectos característicos do local, como culinária, modo de vida, a própria paisagem etc. No final da década de 1980, com a crise do capitalismo causado pela crise do fordismo e, principalmente, pela crise do petróleo iniciada na década de 1970, e havendo uma conseqüente diminuição nos financiamentos destinados a ONG's e aos projetos ambientalistas em geral, inclusive governamentais, e a conseqüente mudança de concepção da relação entre homem e natureza por parte dos ambientalistas – as ONG's começaram a utilizar o turismo como proposta para arrecadar fundos para a manutenção dos espaços naturais. Segundo Pires (1992: 61/2), as ONG's fazem, a princípio, a ligação mais importante entre os ideais ambientalistas e o ecoturismo, *“pois cabe a elas, em grande parte, o estabelecimento da necessária conexão entre os paradigmas ambientalistas capitaneados pelo imperativo da sustentabilidade que se dissemina nos distintos setores da sociedade, com as potencialidades do ecoturismo postas à prova através de programas, projetos e experiências pelo mundo”*.

Havia também, um outro problema a ser resolvido. As populações que habitavam os entornos dos espaços naturais que eram transformados e regulados de acordo com a concepção ambientalista da década de 1970, e que se desenvolveram economicamente dependentes da exploração dos recursos destes espaços, passaram a reivindicar uma nova estratégia para seu desenvolvimento que suprisse suas necessidades. Estas localidades foram extremamente prejudicadas com a apropriação dos espaços naturais do qual dependiam, pois, em quase todos os casos, foram impedidas de usufruírem dos benefícios de seu espaço, reapropriado pelos agentes ambientalistas.

Com o intuito de dar um uso às unidades de conservação e a fim de suprir a necessidade de gerar alternativas de desenvolvimento às populações que vivem à margem destes espaços naturais, o poder público passou a estruturar, a nível local e nacional, a

ligação entre o turismo e o uso destes espaços. O turismo surgiu então como atividade interessante, tanto para ONG's como para o poder público tendo em vista resolver dois problemas concomitantemente. O primeiro da sustentabilidade econômica das próprias Unidades de Conservação e das instituições ambientalistas, representadas em primeira instância pelas ONG's. O segundo, o de servir de fonte de renda para as populações que dependiam dos espaços naturais para seu desenvolvimento, já que estas passam a estar privadas de outras formas de desenvolvimento.

Assim, procuramos desenvolver neste capítulo a interligação entre o desenvolvimento do ambientalismo e o desenvolvimento do ecoturismo, que resultou na proposta de gerar desenvolvimento econômico, em muitos casos em regiões decadentes economicamente, sem a necessidade da utilização de atividades poluidoras e degradadoras dos espaços naturais. Vimos que a representação da natureza na sociedade moderna é acrescida dos ideais ambientalistas, mas fetichizadas ao serem apropriadas pela atividade econômica, principalmente pelo turismo como estratégia de apropriação dos espaços naturais, dentro de uma estratégia que busca legitimar a apropriação destes espaços através da vinculação de suas atividades com esta representação. Assim, faremos uma análise do desenvolvimento histórico de nosso local de estudos a fim de entender como esta atividade apropria-se de seus espaços naturais especificamente.

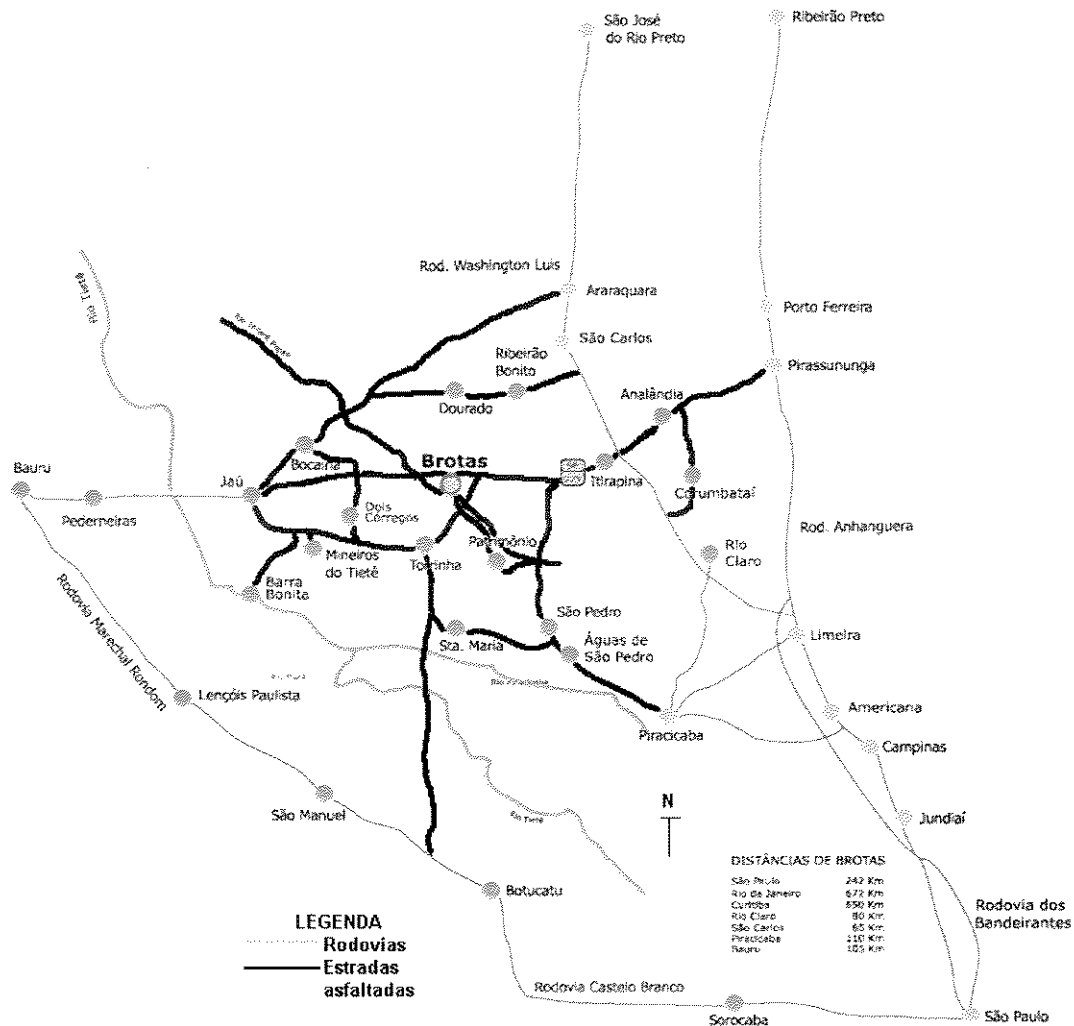
## **CAPÍTULO IV**

### **O LOCAL DE ESTUDOS E O DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA**

#### **4.1 - LOCALIZAÇÃO**

O município de Brotas está localizado na região noroeste do Estado de São Paulo, a uma distância de 242 quilômetros da capital, São Paulo. Faz parte da Região administrativa de Campinas, estando a 140 quilômetros desta cidade. Também faz parte da Região de Governo de Rio Claro, estando distante 70 quilômetros desta cidade, ocupando um terço de toda a área desta última divisão, com um total de 1.062 quilômetros quadrados. Faz divisa com as cidades de Itirapina, São Pedro, Torrinha e Dois Córregos. As principais vias de acesso são a SP 225 - Rodovia Engenheiro Paulo Nilo Romano, que liga a Rodovia Washington Luis – SP 330 (sentido capital) a Jaú, e a SP 197 - Rodovia Américo Piva, que liga o município de Brotas a Torrinha, como nos mostra a figura 01.

**FIGURA 01: LOCALIZAÇÃO DE BROTAS NO ESTADO DE SÃO PAULO**

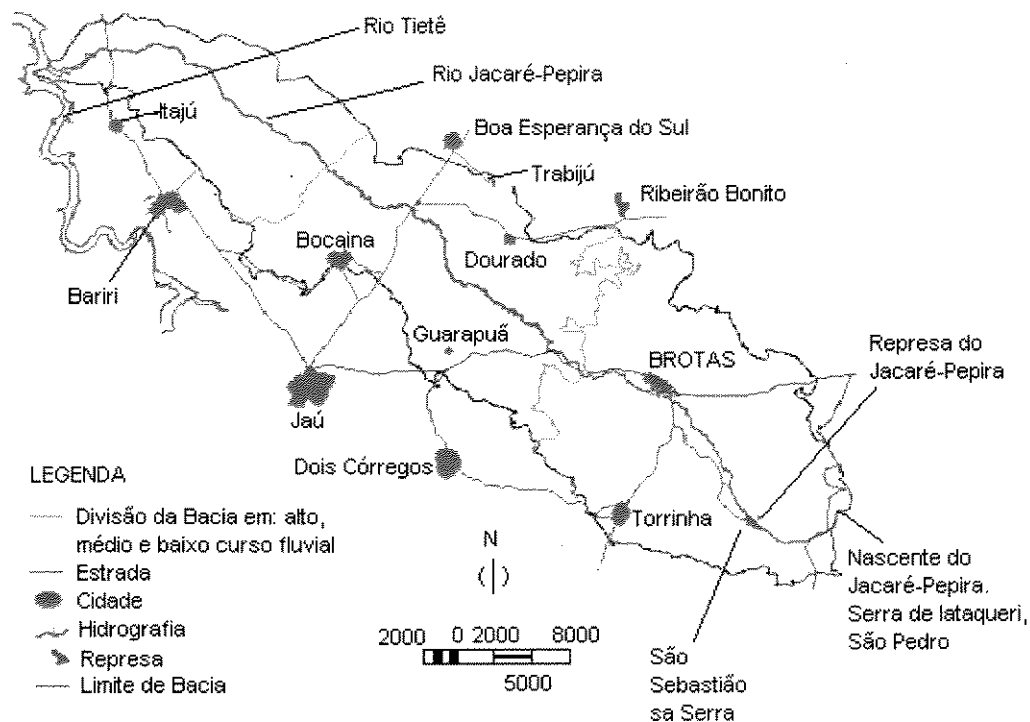


Fonte: mapa base de [www.brotas.sp.com.br](http://www.brotas.sp.com.br). Modificado por Paulo Henrique Aguiar, em 19/03/2003.

O município de Brotas está localizado no compartimento geomorfológico denominado Cuestas Arenítico-Basálticas, sendo que a área urbana se encontra no sopé deste compartimento. No estado de São Paulo, as cuestas arenítico-basálticas representam um compartimento geomorfológico caracterizado por cortar este estado de norte a sul, abrangendo uma área de 14.000 Km<sup>2</sup>. São escarpas com altitudes variando de 800 a 1.000m que se apresentam festonadas por mesas basálticas, morros testemunhos e colinas médias (TROPMAIR, 2000: 64).

O município de Brotas está localizado quase totalmente sobre a área de influência da bacia hidrográfica que tem o rio Jacaré-Pepira como nível de base, formando uma área aproximada de 44.400 hectares. O rio Jacaré-Pepira nasce na Serra de Itaqueri, no alto da cuesta, no município de São Pedro à cerca de 45 Km de distância do centro de Brotas. O perfil longitudinal do rio Jacaré-Pepira apresenta uma enorme quantidade de rupturas que resultam em fraturas e canyons, que, por sua vez, resultam de intrusões magmáticas que geram uma variação de resistências estratigráficas dos vales à esculturação do canal fluvial.

**FIGURA 02: BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO-JACARÉ-PEPIRA**



Fonte: Mapa base de Homero Fonseca Filho (1999). Modificado por Aguiar, Paulo H. em 02/07/2004.

#### 4.2 – A FORMAÇÃO DO MUNICÍPIO DE BROTAS

O lugar que deu origem ao município de Brotas nasceu da expansão dos caminhos que vinham de Minas Gerais para o interior do Estado de São Paulo, entre os séculos XVII e XVIII. Estas trilhas serviam, naquele momento, aos tropeiros e viajantes que se

embrenhavam em busca de ouro e terras novas para o plantio no sertão rumo a Minas Gerais e Mato Grosso. Como estes desbravadores necessitavam de reposição de suprimentos ao longo da jornada, *'iniciou-se ali um incipiente de gêneros de primeira necessidade'* (GIOMETTI, 1999: 13). Acompanhando o sentido que levava a Minas Gerais e Mato Grosso, os viajantes encontravam onde hoje é o município de Brotas o ponto mais ameno para transpor as cuestas arenítico-basálticas. Inicialmente, no século XVIII, esta área pertencia a Sesmaria de Aracoara, que mais tarde se transformaria no município de Araraquara. As terras dentro desta área pertenciam ao português José Ribeiro da Silva Reis, e foram divididas por ele no final do mesmo século, ficando as terras onde hoje se encontra o município de Brotas a seus filhos Francisca e Antônio Ribeiro dos Reis. Próximo ao rio Jacaré-Pepira, foi construída a primeira casa de pouso, destinada a abrigar os viajantes. Esta casa de pouso atraiu comerciantes que ali se instalaram, iniciando o povoamento da área. Segundo Ramos, Bussab, Souza & Sansoni (1996:17), em 1846 já havia mais de 5.000 pessoas residindo neste povoado, que já era chamado de Brotas e, até então, já havia se tornado distrito de Araraquara. Em 1872, Brotas já tinha 7.116 habitantes.

De acordo com relatos dos moradores, o nome Brotas pode ter sido originado a partir de um entre três motivos. Ou por causa da quantidade de nascentes presentes na cidade, por isso teria sido chamada inicialmente de 'Brotas de Olho D'água', ou pelo fato de quando os trilheiros que passavam pela região levantavam acampamento, onde estes se instalavam brotava rapidamente uma quantidade enorme de capim. Más, a mais provável e recomendada pelos livros de história da cidade, é a de que uma das fundadoras da cidade, Francisca Ribeiro dos Reis, que era descendente de portugueses católicos e devotos de Nossa Sra. das Brotas, teria prestado homenagem à santa e sugerido seu nome para a cidade.

Em 1853, ao ser recém elevada à categoria de freguesia, Brotas passou a pertencer oficialmente ao município de Rio Claro, sendo elevada, em 1859, a categoria de Vila. No mesmo ano, conseguiu sua emancipação, tornando-se município (RAMOS, BUSSAB, SOUZA & SANSONI, 1996: 18).

Segundo Giometti (1999:26), a efetiva ocupação territorial e o embrião do desenvolvimento econômico, por sua vez começaram com a introdução da cultura açucareira, no século XIX. Contudo, o município de Brotas teve sua fase de melhor

desenvolvimento nas primeiras décadas do século XX (época de expansão do café para o interior do Estado de São Paulo). O café entrou no Estado de São Paulo no século XIX e trouxe consigo o surgimento das grandes fazendas. A migração para o interior paulista acentuou-se. O desenvolvimento de outras atividades agrícolas, além da cafeeira, assim como atividades relacionadas à pecuária intensificaram-se para abastecer os trabalhadores do setor cafeeiro. Ocorreu também um processo de industrialização do Estado visando gerar produtos para atender o trabalhador agrícola. Houve assim o primeiro processo de urbanização intensivo no Estado de São Paulo (MONBEIG, 1998: 71).

O 'complexo cafeeiro' (CANO, 1990) gerou atividades complementares da agricultura cafeeira. Inclui-se entre estas atividades complementares atividades voltadas também para a comercialização do produto, como rede bancária, comércio para abastecer os grandes centros urbanos e o trabalhador rural. Também intensificou a introdução de equipamentos destinados ao transporte dos produtos gerados por este complexo agrícola, tendo como maior ícone, as ferrovias. Dentro deste contexto, em 1877, a estrada de terra que liga Brotas a Rio Claro foi reformada para facilitar o escoamento do café, assim como a estrada que liga a cidade a então freguesia de Jaú. Em 1885 houve a instalação de uma estação ferroviária de Brotas no trecho onde a ferrovia cortava o município de Brotas.

Este período foi marcado pela imigração italiana para a região, imigração esta incentivada pelos próprios fazendeiros do estado através da criação da Sociedade Promotora da Imigração em São Paulo, em 1886, que visava a captação de fundos para a promoção da imigração e assistência aos imigrantes (RAMOS, BUSSAB, SOUZA & SANSONI, 1996: anexo). Segundo Monbeig (1998: 171), entre 1886 e 1905, Brotas era o principal centro regional da área que se estendia da cidade de Araraquara até a calha do rio Tietê, e que incluía cidades importantes, como Jaú. A produção do café neste período evoluiu de 450.000 arrobas a 3.300.000 nesta região, tornando-se umas das mais produtivas do Estado de São Paulo.

A introdução da atividade cafeeira no Estado de São Paulo trouxe a formação de certas diferenças sócio-culturais que concentraram nas mãos da aristocracia cafeeira os poderes políticos e econômicos nacionais, e que pode ser identificado na dinâmica do desenvolvimento local (MONBEIG, 1998: 391). Algumas diferenças econômicas locais já existiam anteriormente, mas outras foram decorrentes do novo ciclo econômico que



integrava mais acentuadamente o território paulista e que levava a aristocracia rural paulista ao controle político e econômico do país. Este cenário político manteve-se com o declínio do café, mas houve uma mudança no cenário econômico que gerou, a princípio, um maior processo de urbanização e industrialização, e migração da população.

#### **4.3 - A EVOLUÇÃO INDUSTRIAL E URBANA EM BROTAS/SP E A DIVERSIFICAÇÃO NO CAMPO**

Com o declínio do comércio mundial do café na década de 1930, a produção declinou em todo o Estado de São Paulo e a cidade de Brotas entrou em um período de estagnação econômica, que resultou em uma acentuada emigração da população para os grandes centros urbanos industrializados, período caracterizado também pelo êxodo rural em função da pequena industrialização do município. Da década de 1940 a década de 1950, a população do município chegou a cair de 17.741 habitantes para pouco mais de treze mil habitantes, como nos mostra o quadro 02, e para cerca de onze mil na década de 1970, sendo que a população urbana não parava de crescer durante estas décadas, marcando um êxodo rural interno com a introdução de algumas fábricas na cidade, acompanhando a evolução do processo de industrialização do Estado de São Paulo que na década de 1940, segundo Giometti (1999: 54), se constituía como a maior aglomeração de capacidade manufatureira em toda a América Latina.

**QUADRO 02: EVOLUÇÃO DA POPULAÇÃO NO MUNICÍPIO DE BROTAS/SP  
DE 1940 a 2000**

ANO	POPULAÇÃO			TAXA DE	TAXA DE	TAXA DE
	URBANA	RURAL	TOTAL	CRESC. POP.	CRESC. POP.	CRESC.
				URBANA (%)	RURAL (%)	TOTAL (%)
1940	2.686	15.055	17.741	-	-	-
1950	3.082	10.566	13.648	15	-30	-23
1960	3.958	9.168	13.126	28	-13	-4
1970	5.362	6.600	11.962	36	28	9
1980	7.510	3.750	11.260	40	-43	-6
1991	10.902	3.500	14.402	45	-7	28
1996	14.024	3.035	17.059	29	-13	18
2000	16.127	2.759	18.886	15	-10	11

Fontes: BRASIL. IBGE. Censos Demográficos de 1940/50/60/70/80/91/2000.

BRASIL. IBGE. Contagem da População. Brasília, 1996.

BRASIL. Ministério Do Trabalho. Relação Anual De Informações Sociais. Brasília. Disponível em: <http://www.mtb.gov.br/Menu/Estatisticas/PDET/>. Acessado em: 08 jul. 2004.

O quadro 02 mostra a diminuição gradual da população rural devido, como explicamos anteriormente, primeiramente, à decadência da principal atividade rural do município até a década de 1930, o café e, simultaneamente, o crescimento da demanda de empregos na cidade devido à crescente industrialização desta, como nos mostra o quadro 03, o que acarretou o êxodo rural e também devido à imigração para as grandes cidades da região, como Campinas, Araraquara, Rio Claro, São Carlos e Jaú.

**QUADRO 03: EVOLUÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS INDUSTRIAIS NO  
MUNICÍPIO DE BROTAS DE 1940 a 1985**

ANO	1940	1950	1960	1970	1980	1985	1995	2000	2002
<b>ESTABELECIMENTOS</b>	21	26	31	41	44	44	52	53	55

Fonte: BRASIL. Censos Industriais de 1950/60/70/80/85

As indústrias que surgiam entre as décadas de 1940 a 1960 buscavam atender a demanda da crescente população urbana local, como indústrias de produtos alimentícios,

vestuários, bebidas, gráficas, e beneficiavam principalmente a mão-de-obra feminina. Na agropecuária, em substituição à decadente lavoura do café, surgiram investimentos, porém pequenos, voltados à lavoura da cana-de-açúcar, laranja, milho, algodão, à pecuária extensiva, a banana e outras menos significantes. Nas décadas de 1970 e 1980, o município praticamente manteve a mesma estrutura industrial com apenas algumas mudanças significantes, como nos mostra o quadro 04:

**QUADRO 04: RELAÇÃO DOS GÊNEROS DE INDÚSTRIAS DO MUNICÍPIO DE BROTAS/SP NOS ANOS DE 1970 e 1980**

GÊNERO DE INDÚSTRIAS	1970	1980
Transformação de produtos minerais não metálicos	06	05
Madereira	03	10
Mobiliários	04	04
Química	-	03
Vestuário, calçados e artefatos de tecidos	01	02
Produtos alimentares	12	10
Bebidas	04	04
Editorial e gráfica	01	01
Extração de minerais	02	-
Metalúrgica	01	01
Mecânica	02	-
Perfumaria, sabões e velas	-	-
Couros e peles e artefatos de selaria	02	01
Unidades auxiliares de apoio (utilidades) e serviços de natureza industrial	-	01
Diversos	03	02
Total	41	44

Fonte: Giometti, Analúcia Bueno dos Reis (1999: 68).

O quadro 04 mostra que o setor madeireiro foi o que mais se destacou na década de 1970, visto que o número de indústrias voltadas a este setor se elevou de 03 para 10. Isto

devido à crescente expansão da silvicultura. Na agricultura, o quadro 04 mostra um fraco desempenho no período de 1940 a 1970. Segundo Giometti, na década de 1950, a produção da laranja, da banana e do algodão entraram em decadência, assim como outros setores menos importantes, como nos mostra o quadro 05:

**QUADRO 05: PRODUÇÃO AGROPECUÁRIA (1940 a 2002)**

SETOR	1940	1950	1960	1970	1980	1985	1994	2001/2002
Banana (cachos)	25.183	3.240	190	240	-	5.118	-	2.204
Aves (c)*	32.554	37.260	47.339	156.859	300.889	343.023	656.000	406.500
Café (t)**	2.280	2.527	2.421	609	707	1.510	576	172.000
Algodão (t)	4.502	692	267	303	191	234	-	
Milho (t)	3.320	3.059	3.234	5.103	5.173	4.434	7.260	2.490
Bovinos (c)	12.579	25.011	26.203	34.749	56.389	54.588	49.880	48.827
Suínos (c)	11.065	9.105	4.427	3.591	5.111	3.204	15.500	16.180
Cana-de- açúcar (t)	932	17.877	61.120	271.368	275.651	326.573	384.000	1.000.000
Laranja	18.027 centos	560 centos	5.110 centos	4.993 mil frutos	31.647 mil frutos	103.170 mil frutos	500.000 mil frutos	220.320 mil frutos
Mandioca (t)	168	-	90	147	1.761	2.020	720	750

\* (c) Cabeças

\*\* (t) Toneladas

Fontes: Giometti, Analúcia Bueno dos Reis (1999: 78); Brasil: Censos Agrícolas de 1950 e 1960;

Brasil: Censos Agropecuários de 1970/80/85; IBGE: Censo 2001/2002.

Por outro lado, a produção de cana-de-açúcar, que teve uma queda significativa no ano de 1940, mostra aumento de produção nas décadas subseqüentes. No ano de 1950, o quadro pouco muda em relação ao ano de 1940. Apenas a banana e o algodão tiveram uma queda significativa, e um aumento da produção de aves e bovinos, crescimentos que se mantiveram nas décadas subseqüentes. No ano de 1960, destaque para o aumento acentuado das produções de cana-de-açúcar, principalmente, da laranja e da mandioca e a

queda acentuada da produção do café. Este quadro manteve-se pouco alterado no ano de 1970, com exceção do aumento de bovinos e aves que já vinha crescendo nas décadas anteriores. Nos primeiros cinco anos da década de 1980, destaque para o aumento na produção de laranja, cana-de-açúcar, aves, café e de banana. A oscilação da produção do café é visível entre o ano de 1985 e 2002. Houve uma diminuição acentuada em 1994 e uma retomada acentuada em 2002.

O crescimento acentuado da produção de cana-de-açúcar em 1970 se deu em função do PROALCOOL e a manutenção do patamar de produção alcançado nesta década manteve-se apenas até 1994, devido a não ampliação deste programa. Contudo, seu crescimento voltou de forma mais acentuada em 2002.

A produção de milho que se mantinha sempre nos mesmos patamares desde 1940, com pequenas oscilações, cresceu em 1985, mas sua produção recuou acintosamente em 2002. A produção de bovinos e suínos manteve-se estável entre 1993 e 2002. A produção de laranja que vinha crescendo acentuadamente na década de 1980 caiu entre 1994 e 2002, mas, mantém-se relativamente alta, sendo umas das principais atividades econômicas no município.

Hoje, as principais atividades econômicas em Brotas são a agropecuária, a cultura da laranja, a agroindústria canavieira, o turismo e a silvicultura. A silvicultura teve um crescimento significativo localmente primeiramente de 1960 a 1970, acompanhando o crescimento de todo setor madeireiro do município. Segundo dados dos censos industriais do IBGE, em 1970, havia 03 indústrias madeireiras na cidade. Este número saltou para 10 em 1980, tornando-se o gênero industrial com o maior número de indústrias na cidade (quadro 03). Atualmente, a produção do setor não visa mais servir o setor madeireiro apenas, mas também o setor de celulose e papel, produzidos fora do município. Duas empresas que atuam em ambos os setores passaram a arrendar terras em Brotas a partir da década de 1990, dinamizando a economia local: A Ripasa e a International Paper.

#### **4.4 – O DESENVOLVIMENTO DO SETOR DE SERVIÇOS**

O município de Brotas tem uma população de 20.949 pessoas (IBGE, 2003), distribuída em cerca de 1.062 Km<sup>2</sup>, parque industrial com 57 estabelecimentos que

empregam cerca de 614 trabalhadores formais e um universo de 3.966 trabalhadores, como nos mostra o quadro 06:

**QUADRO 06 - DISTRIBUIÇÃO DOS ESTABELECIMENTOS E TRABALHADORES DE ACORDO COM SETORES NO MUNICÍPIO DE BROTAS**

	ANO	ESTABELE- CIMENTOS	TRABALHA- DORES*	EM %
<b>SETOR</b>				
INDÚSTRIA	2001	57	614	15,5
COMÉRCIO	2001	154	707	17,8
SERVIÇOS	2001	140	1.137	28,7
OUTROS	2001	169	1.508	38
<b>TOTAL</b>	2001	520	3.966	100

\*Trabalhadores formais

BRASIL. Ministério do Trabalho. Relação Anual de Informações Sociais. Brasília. Disponível em: <http://www.mtb.gov.br/Menu/Estatisticas/PDET/>. Acessado em: 08 jul. 2004.

O quadro 06 mostra que o setor de serviços responde pela maior parte dos trabalhos formais do município. Contudo, até o ano de 1995, havia 53 estabelecimentos de serviços e, como nos mostra o quadro 07, este número mais que dobrou até 2002.

**QUADRO 07: EVOLUÇÃO NO NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS DE SERVIÇOS NO MUNICÍPIO DE BROTAS**

ANO	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS	53	58	65	82	100	118	140	139

Fonte: <http://www.mtb.gov.br/Menu/Estatisticas/PDET/>. Acessado em: 25 ago. 2004.

O aumento médio de 19 estabelecimentos por ano no período entre 1997 a 2001, apontado no quadro 07 é devido, principalmente, a instalação de estabelecimentos voltados

a atender a demanda do setor turístico, direta ou indiretamente, o que acarreta num maior impacto espacial desta atividade no município e, também, um maior impacto econômico ao aumentar, supostamente, conforme constatamos na Secretaria de Turismo de Brotas, a geração de renda e empregos. Neste período, o setor de serviços consolidou-se como líder quanto ao número de estabelecimentos no município, como podemos constatar no quadro 06 e, também, o maior setor empregador do município.

O Quadro 08 procura demonstrar evolução dos estabelecimentos turísticos em Brotas, tanto no meio urbano, quanto no meio rural. Os dados a respeito da atividade turística passaram a ser coletados a partir de 1993 por se tratar do ano da instalação desta atividade no município. Isto, se levarmos em conta que foi o ano da elaboração do primeiro projeto político para a atividade no município, associado ao fato de ser o ano da instalação da primeira agência de turismo na cidade de Brotas.

**QUADRO 08 – DADOS SOBRE A EVOLUÇÃO DOS ESTABELECEMENTOS DE SERVIÇOS TURÍSTICOS EM BROTAS/SP**

	<b>1993</b>	<b>1999</b>	<b>2004</b>	<b>VARIAÇÃO 1993 a 1999</b>	<b>VARIAÇÃO 1999 a 2004</b>
Sítios turísticos	00	09	15	+09	04
Agências de turismo	01	04	17	+03	13
Hotéis/Pousadas urbanas	02 (130 leitos)	08 (500 leitos)	19	+06	+08
Hotéis/Pousadas rurais	00	02 (200 leitos)	07	+02	+05
Campings	02	02	05	00	+03
Lojas de artesanato	02	-	07	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>07</b>	<b>25</b>	<b>70</b>	<b>18</b>	<b>45</b>

Fonte: Secretaria de turismo de Brotas/SP.

[www.brotasonline.com.br](http://www.brotasonline.com.br)

De acordo com o quadro 08, houve uma evolução sempre ascendente dos estabelecimentos prestadores de serviços a partir de 1993, quando houve a instalação da

primeira agência de turismo. Neste ano (1993) havia 05 estabelecimentos ligados exclusivamente a atender turistas no município, 02 hotéis, 01 agência de turismo (instalada naquele ano) e 02 *campings*. Não incluímos aqui as lanchonetes e bares, já que estes serviços não atendem exclusivamente os turistas, mas também aos moradores da cidade. Mesmo assim, o aumento destes estabelecimentos no período de 1993 a 1999, acompanhando a evolução dos estabelecimentos voltados diretamente a atender a demanda de turistas, coloca-os, pelo menos a maioria, na categoria de equipamentos turísticos. Consideramos equipamentos turísticos como sendo os produtos da atividade turística, que servem às necessidades desta atividade. São assim os objetos que equipam o local onde se desenvolve a atividade turística.

Quando analisamos a evolução do número de estabelecimentos, podemos ver que esta evolução mantém-se constante desde o princípio da atividade turística no município até o ano de 2004, mas que o número de estabelecimentos de serviços turísticos tornou-se mais expressivo a partir de 1999. Este crescimento acentuado de estabelecimentos constitui-se igualmente numa maior percepção da apropriação do espaço pela atividade turística neste período, como veremos no capítulo 06.

Quanto aos estabelecimentos diretamente associados à atividade turística, vemos uma evolução extremamente grande no número de sítios turísticos. Os sítios turísticos em Brotas correspondem aos pontos de visitação dos turistas. O que ocorreu com estes sítios é que seus proprietários, ao notarem que em suas terras encontravam-se os atrativos procurados pelos turistas transformaram boa parte da estrutura física de seus sítios para atender às expectativas dos turistas. Isto ocasionou uma valorização significativa da terra, ou mais precisamente, das propriedades privilegiadas pela proximidade dos atrativos turísticos (cachoeiras, matas etc). Segundo proprietários destas, o valor médio subiu de R\$ 6.000,00 (US\$ 2.105,00)<sup>1</sup> o metro quadrado para cerca de R\$ 30.000,00 (US\$ 10.526,00)<sup>2</sup>, o que demonstra o processo de valorização pelo qual estão passando as propriedades rurais que possuem em seus domínios os atrativos citados. Discutimos até aqui como se desenvolveu o local de estudo até os dias atuais. Sabemos até aqui o tempo de apropriação do espaço pela atividade turística em Brotas e também os novos elementos que passam a

---

<sup>1</sup> Segundo cotação do dia 26/10/2004, um dólar equivalia a 2,85 reais.

<sup>2</sup> Idem.



configurar sua paisagem. Partiremos agora para a compreensão de como o turismo passa a fazer parte (e determinar?) a história da cidade de Brotas.

#### 4.5 – A INTRODUÇÃO DO TURISMO EM BROTAS

Giometti (1999) - comparando os municípios de Brotas e Torrinha afirma que grande parte dos municípios que compõem a bacia do rio Jacaré-Pepira apresenta características naturais e históricas idênticas, inclusive o próprio município de Torrinha, devido à existência de recursos naturais paisagísticos muito parecidos e em mesma quantidade que em Brotas, contudo sem o indício de qualquer apropriação de seus espaços naturais pela atividade turística.

Assim, por que o município de Brotas transformou-se em um local turístico?

Em 1992, houve a intenção da instalação de um curtume nas margens do rio Jacaré-Pepira. Esta atividade mostra-se extremamente danosa à qualidade dos recursos hídricos. Esta tentativa de instalação gerou um conflito entre a população acostumada a vivenciar o rio Jacaré-Pepira, os pescadores locais e a administração pública municipal para que esta não aceitasse a instalação deste curtume. Foi criada naquele ano (1992) a organização não-governamental denominada Movimento Rio-Vivo, que incluía a participação de todas pessoas contrárias à instalação deste curtume. O argumento dos que apoiavam a instalação do curtume, era de que traria maior desenvolvimento econômico para o município. Este argumento incentivou o Movimento Rio-Vivo, contrapondo a esta idéia, a propor o aproveitamento dos recursos naturais do município para a atração de turistas como forma alternativa de trazer este desenvolvimento. Um de seus membros, imediatamente, sugeriu a instalação de uma agência de turismo, a Mata D'entro. Esta agência foi criada a partir de um modelo de agências de turismo já existentes em outras regiões do Brasil. O Movimento Rio-Vivo sugeriu também a elaboração de um plano de desenvolvimento turístico nos moldes já existentes em outros locais, baseado numa idéia de desenvolvimento sustentável.

Contudo, este embate entre administração pública municipal e sociedade civil cessou após a troca dos administradores públicos municipais, que assumiram em 1993, ano da instalação definitiva da agência de turismo Mata D'entro e também da homologação do

Plano de Desenvolvimento Turístico de Brotas. Foi criada, ainda em 1993, a Secretaria de Turismo e Meio Ambiente de Brotas que, em parceria com a Universidade de São Paulo, iniciou o primeiro estudo de potencial turístico do município. Este estudo ficou pronto em 1995 e procurou classificar e descrever os elementos que poderiam sugerir uma potencialidade para a atividade turística, a partir dos atributos naturais do município.

Fizemos assim, o levantamento do desenvolvimento histórico do município de Brotas para, então mostrar como a atividade turística foi introduzida e passou a ser incorporada nesta história. A partir do desenvolvimento da atividade turística em massa no município em 1993, podemos dizer que uma nova história do município se inicia.

Partimos então para a descrição da paisagem transformada, seja em seu âmbito simbólico, expressa na paisagem matriz, seja em seu âmbito material, expressa nas marcas da atividade turística no município.

# CAPÍTULO V

## A DESCRIÇÃO DA PAISAGEM DE BROTAS

### 5.1 – A PAISAGEM NA GEOGRAFIA

A busca por métodos para compreender as paisagens motivou vários estudos geográficos por quase toda a história da Geografia Moderna. Entre suas correntes epistemológicas, a que mais tem se preocupado com este problema é a Geografia Cultural. Os seus principais percussores (La Blache, Passarge, Sauer, Schlüter, Meitzen, entre outros) chegaram a considerar a paisagem como objeto de estudo da Geografia ou, pelo menos na Geografia que na época (fins do século XIX e início do século XX) voltava-se para os estudos corológicos (CLAVAL, 2001: 24). Seus estudos buscavam a caracterização das regiões e a comparação entre elas. Desta forma, o conceito de paisagem se confundia com estes dois conceitos (TROLL, 1997:2). Posteriormente, em meados da década de 1960, desenvolveu-se na Geografia Humanística um conceito de paisagem que a compreendia como um componente inescapável das manifestações da cultura e do imaginário social, assim como, foi responsável por inserir o problema dos fundamentos psicológicos nas representações das paisagens (CASTRO, 2002: 129) e, introduzindo a percepção como critério para a compreensão do espaço geográfico.

As concepções geográficas de paisagem receberam também forte influência de outras áreas de estudo, principalmente pela história e pela arquitetura. Hoje, são os semiólogos, psicólogos e filósofos que vão influenciar nos estudos sobre a paisagem, fortalecendo as correntes que vêm tentando estabelecer uma relação da sociedade com as paisagens.

Mas, o estudo e representação das paisagens, é mais antiga ainda. Os primeiros a chamarem a atenção para isto foram os artistas, principalmente a partir do Renascimento, quando a paisagem significava mais um modo de ver do que agir (BLEY, 2000a: 144). Contudo, a influência da paisagem concebida pelas artes na geografia se deu entre o fim do século XVIII e início do século XIX. A época se caracterizava por apresentar meios de locomoção mais rápidos, pelas epopéias coloniais, pela aparição e difusão da fotografia, pelo papel cada vez mais relevante da imprensa, a popularização dos romances de

aventuras ou regionalistas e a tomada de consciência das quais as paisagens são vítimas. Todos estes fatores reunidos levam a uma maior consciência coletiva da noção de paisagem.

É nos primórdios do século XIX que o conceito de paisagem é incorporado na geografia, sendo tratada como um conjunto de formas, que caracterizam um setor determinado da superfície terrestre. O que se buscava era distinguir a heterogeneidade da homogeneidade, a partir de métodos desenvolvidos principalmente por Alexander Von Humboldt (1769-1859), cuja análise busca uma classificação das paisagens de acordo com a forma e magnitude de seus elementos. A geografia incorporava assim, através da formulação do método de Humboldt, a paisagem como uma de suas categorias analíticas. A paisagem, sua descrição, contemplação e diferenciação surgem como uma das etapas mais importantes deste método. Este processo de descrição/comparação através da contemplação e diferenciação objetiva, é o primeiro passo e a essência para seus trabalhos geográficos. Busca unir a subjetividade do artista com a objetividade científica. A primeira, inspirada na representação dos artistas românticos, principalmente daqueles que conviveram muito próximo de Humboldt, como Goethe e Saint-Pierre, assim como de filósofos como Rousseau. Já a objetividade científica, inspirada nos naturalistas, principalmente em Louis Leclerc Buffon e Bompland. Eis as orientações de Humboldt e, conseqüentemente, do método científico que deu origem à geografia moderna (AMORIM FILHO, 2000: 126).

## **5.2 - PAISAGEM MARCA E PAISAGEM MATRIZ**

Discorreremos até aqui discutindo como se deu o desenvolvimento histórico de nosso local de estudos e também, como se desenvolve a representação da natureza na sociedade moderna. Isto porque entendemos que para a compreensão de uma determinada paisagem, para entendermos como se deu seu processo de construção, é necessário desvendar os sujeitos que participaram deste processo, as idéias por trás desta construção ou, quais destes ideais são deliberados, quais são impensados e fundamentalmente como se dá a construção das representações coletivas acerca da paisagem, as quais nós usaremos como dados a fim de tornar possível, em nossa pesquisa, a leitura desta paisagem.

Segundo Castro (2002: 122),

*“... na realidade, em sendo a paisagem o que se vê, ela supõe necessariamente a dimensão do real concreto, que se mostra, e a representação do sujeito, que o codifica no ato da observação. A paisagem como fruto dessa observação resulta de um processo cognitivo, mediado pelas representações do imaginário social, pleno de valores simbólicos. Essa dualidade da paisagem – real e representação – permite que sua manifestação concreta se ofereça à análise do tipo positivista, que localiza, mensura, classifica e descreve; no entanto, impõe reconhecer que ela existe primeiro em sua relação a um sujeito coletivo: a sociedade que a produz, reproduz e a transforma em função de uma certa lógica. Nesse sentido, ela exprime uma civilização, é uma marca, uma geo-grafia, ou seja, uma escrita no espaço e tem de ser interpretada no contexto histórico das sociedades. Paralelamente, a paisagem é também uma matriz, na medida em que ela participa dos esquemas de percepção, de concreção e de ação, ou seja, de cultura, que orientam numa certa direção a relação de uma sociedade com o espaço e com a natureza”*

Vemos desta forma uma possibilidade de distinguir a paisagem em suas atribuições simbólicas, que dariam a ela um caráter de matriz, de suas atribuições materiais, que, como diz Castro (op. cit.), seria uma escrita no espaço. Esta distinção é feita de forma intencional pelo pesquisador e, no nosso caso, não acreditamos que possa existir uma paisagem marca que também não possa ser matriz, e vice-versa. Contudo, alguns aspectos fazem de uma paisagem mais marca da atividade turística matriz, sendo o contrário também verdadeiro. Entendemos a paisagem enquanto um conceito polissêmico, uma construção social, produto de uma construção simbólica e que ao mesmo tempo alimenta mais interpretações simbólicas, num ciclo contínuo que resulta numa também contínua transformação da paisagem. Ela é, portanto, marca e matriz do pensamento geográfico de uma sociedade. Todas as ideologias, idéias, aspirações, conflitos de classes, todas as

relações humanas, que geram ações, materializam-se e se revelam na paisagem (BERQUE, 1998).

Segundo Berque (1990: 26), *“A paisagem não é um objeto. Para compreendê-la, não basta saber como se agenciam morfologicamente os componentes do ambiente, nem como funciona a fisiologia da percepção – dito de outra forma, aquilo que deriva do objeto, incluindo o corpo humano como tal considerado –; é preciso também conhecer as determinações culturais, sociais e históricos da percepção – isto é, aquilo que constrói a subjetividade humana”*.

Em grande parte das vezes, a ação humana sobre o espaço se dá sem a preocupação com a paisagem que resultará. Outras vezes, sua ação é deliberada no sentido de criar paisagens carregadas de significados. Neste sentido, independente do tipo de ação (se deliberada ou não), a paisagem é marca da sociedade que a transformou (TROLL, 1997: 3). Por outro lado, toda paisagem tem um significado simbólico dado pela sociedade que a construiu.

*“As marcas deixadas pela sociedade são passíveis de leitura. Por isso, ler a paisagem é ler as expressões deixadas por uma determinada cultura no espaço. Para isso se faz necessário um conhecimento da linguagem empregada, ou seja, compreender os símbolos e o seu significado nesta cultura”* (COSGROVE, 1998:105).

Mas, ao fazer uma análise das ações sociais sobre o espaço, vemos que esta representação social da paisagem gera novas idéias que, por sua vez, geram outras ações que se revelam novamente na transformação da mesma paisagem, num ciclo que pode ser acelerado ou lento, dependendo do lugar e do momento histórico. Ou seja, a paisagem é alimentada por pré-ideações que tem no espaço vivenciado seu estímulo.

A paisagem tem, portanto, um papel informativo, por nos fornecer dados sobre a sociedade que a produz e um papel operatório. Segundo Castro (2002: 125), a

representação é quem vai intermediar esta dupla inserção da paisagem. Assim, as transformações espaciais podem ser compreendidas nas aspirações, sentimentos e ações, que em nosso caso se dará através da análise das transformações que estas ações deixam na paisagem.

Portanto, consideramos que é através da paisagem que vamos encontrar dados acerca da transformação espacial provocada pela atividade turística em Brotas, seja em seu aspecto concreto ou simbólico. Encaramos assim, na descrição da paisagem, uma das formas de abordagem espacial mais tradicionais da geografia, uma forma de análise das marcas e matrizes da atividade turística em Brotas.

### **6.3- DESCREVENDO A PAISAGEM DE BROTAS**

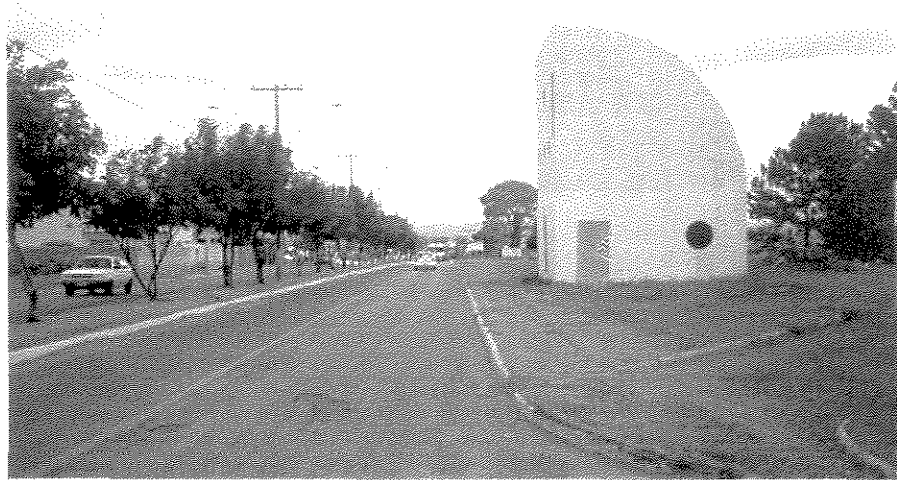
Começaremos nossa descrição da paisagem de Brotas fazendo um percurso que se inicia ao entrar em Brotas por sua principal via de acesso, a Rodovia SP 225 - Rodovia Engenheiro Paulo Nilo Romano, que liga Brotas à Rodovia Washington Luis – SP 330 (ver mapa representado na figura 01). Esta rodovia dá acesso a Brotas para quem tem procedência de São Paulo, região de Campinas, região de Bauru, de Jaú, de Rio Claro e de São Carlos. Como veremos no capítulo 06, estas regiões são os principais pólos emissores de turistas para Brotas.

O trevo da Rodovia SP 225 é a principal via de acesso à cidade. A poucos metros deste trevo se encontra o único terminal rodoviário da cidade. A poucos metros do trevo da entrada principal também está sendo construído um portal (foto 01), construção típica das cidades que se propõe a servir à atividade turística<sup>1</sup>. Aparentemente, esta obra está parada, visto que já se encontrava nas mesmas condições quando do nosso primeiro reconhecimento da área, em 2002.

---

<sup>1</sup> Podemos citar como exemplos de cidades onde podemos presenciar este tipo de construção: Campos do Jordão, Águas de São Pedro, Águas de Lindóia, assim como diversas cidades que compõe o Circuito das Águas entre os Estados de São Paulo e Minas Gerais.

## FOTO 01: PORTAL EM CONSTRUÇÃO NA ENTRADA PRINCIPAL DE BROTAS



Autor da foto: Paulo Henrique Aguiar, em 19/12/2003.

Vemos neste tipo de construção uma evidência de como a cidade de Brotas vai se transformando em um espaço mercantilizado, pela e para atender a atividade turística, o que nos leva a retomar a idéia de Ouriques (2005: 59) já discutidas anteriormente neste trabalho, onde mesmo cidades inteiras podem acabar se transformando em cenários para o turismo, atingindo o estágio de espetacularização sugerida por este autor, quando todos lugares e objetos vão se transformando para atender os interesses das atividades econômicas. Estes objetos que vão fetichizando e, mais que isto, espetacularizando tornam-se as principais marcas da atividade turística na paisagem.

Percorremos, a partir do portal, uma avenida que nos leva ao centro de Brotas. Nesta avenida encontramos placas que nos direcionam ao local onde estão concentrados estabelecimentos de serviços que se oferecem aos turistas. Atravessamos praticamente toda a cidade para chegar a este local. Neste caminho, com exceção das placas de orientação, pouco se nota da presença da atividade turística em Brotas, o denota um início do processo de fetichização do espaço pela atividade turística no município. Próximas à rodoviária, algumas casas mais sofisticadas e muito recentes, de um bairro recém-loteado, com muitos terrenos vazios a espera de moradores e uma porção de casas sendo construídas. Trata-se do bairro Santa Cecília II, um bairro novo e que demonstra o sentido por onde avança a



ocupação urbana de Brotas, tendo em vista a evolução da população da cidade que entre 1991 a 2000 aumentou de 14.402 para 18.886<sup>1</sup>.

### FOTO 02: BAIRRO SANTA CECÍLIA



Autor da foto: Paulo Henrique Aguiar, em 19/12/2003.

Este sentido da evolução da urbanização de Brotas é notada também do outro lado da Rodovia 225, sentido inverso da entrada principal da cidade onde está o portal. Quando chegamos ao trevo desta entrada, ao invés de seguirmos no sentido da rodoviária e centro, se seguirmos sentido contrário, encontramos um bairro relativamente novo, os bairros Campos Elíseos I e II, que foram ocupados recentemente, na maioria por famílias migrantes oriundas de diferentes lugares do Brasil. Inclusive, entrevistamos moradores oriundos do Estado da Bahia e do Estado de Goiás, além de diversos moradores oriundos de várias regiões do Estado de São Paulo. De acordo com entrevistas com moradores, a migração dos moradores deste bairro não tem nada a ver com o turismo, mas sim com o desenvolvimento de atividades agrícolas na cidade, principalmente relacionados ao trabalho nas plantações de laranja e a necessidade de mão-de-obra no setor silvicultor, que se desenvolveu bastante

---

<sup>1</sup> Fonte: BRASIL. IBGE. Censos Demográficos de 1991 e 2000.

na região a partir da década de 1990. Próximo do bairro estão localizadas fazendas de laranja e plantações de eucalipto (silvicultura) de propriedade da Ripasa e da International Paper, duas grandes empresas do setor. Poucas opiniões são emitidas sobre o turismo. A maioria das ruas deste bairro é de terra e o padrão das casas denota uma baixa renda de seus moradores. A maioria das casas está inacabada, mas todas já estão ocupadas. Contudo, neste local, encontramos um primeiro vestígio da atividade turística no município de Brotas. Uma concentração de chácaras e segundas residências, aparentemente isoladas do restante do bairro, local que passou a ser chamado Chácara das Mansões (ver mapa representado na figura 03). A maioria dos proprietários destas chácaras visita Brotas regularmente e é proveniente da grande São Paulo, da região metropolitana de Campinas e região de Rio Claro. As fotos 03 e 04 mostram a parte periférica do Bairro Campos Elíseos:

## FOTOS 03 E 04 – BAIRRO CAMPOS ELÍSEOS



Foto 03



Foto 04

Autor da foto: Paulo Henrique Aguiar, em 19/12/2003.

Ao contrário do bairro Campos Elíseos, no bairro Santa Cecília II, onde a maioria dos moradores é também de migrantes, os motivos da migração são outros, mas seus moradores também não relacionam a atividade turística, mas sim a tranquilidade da cidade. A maioria dos moradores deste bairro é proveniente de grandes centros urbanos e comparam a tranquilidade da cidade com a intranquilidade das cidades de onde são provenientes. A razão da escolha de Brotas é justificada pelo fato de que já visitaram Brotas antes, o que nos faz, assim, criar uma hipótese conclusiva de que esta migração teria decorrência sim da atividade turística, ou pelo menos da publicidade turística que constrói representações de Brotas. Nossa hipótese conclusiva é a de que a publicidade turística

na região a partir da década de 1990. Próximo do bairro estão localizadas fazendas de laranja e plantações de eucalipto (silvicultura) de propriedade da Ripasa e da International Paper, duas grandes empresas do setor. Poucas opiniões são emitidas sobre o turismo. A maioria das ruas deste bairro é de terra e o padrão das casas denota uma baixa renda de seus moradores. A maioria das casas está inacabada, mas todas já estão ocupadas. Contudo, neste local, encontramos um primeiro vestígio da atividade turística no município de Brotas. Uma concentração de chácaras e segundas residências, aparentemente isoladas do restante do bairro, local que passou a ser chamado Chácara das Mansões (ver mapa representado na figura 03). A maioria dos proprietários destas chácaras visita Brotas regularmente e é proveniente da grande São Paulo, da região metropolitana de Campinas e região de Rio Claro. As fotos 03 e 04 mostram a parte periférica do Bairro Campos Elíseos:

**FOTOS 05, 06 E 07**  
**AVENIDAS MÁRIO PINOTTI E RODOLFO GUIMARÃES – PRÓXIMO AO RIO**  
**JACARÉ-PEPIRA**



Foto 05



Foto 06



Foto 07

Autor da foto: Paulo Henrique Aguiar, em 19/12/2003.

O padrão arquitetônico dos prédios, nesta parte da cidade, denuncia que são construções antigas que foram reformadas e adaptadas para serem ocupadas pelos serviços da atividade turística. Também podemos ver alguns prédios sendo reformados para esta função, o que demonstra que este processo de transformação da paisagem ainda não acabou. O que demonstra também, que a demanda pelos serviços turísticos neste município ainda não foi suprida totalmente.

### **FOTOS 08 E 09: PRÉDIOS EM REFORMA PARA ABRIGAR SERVIÇOS TURÍSTICOS**



Foto 08

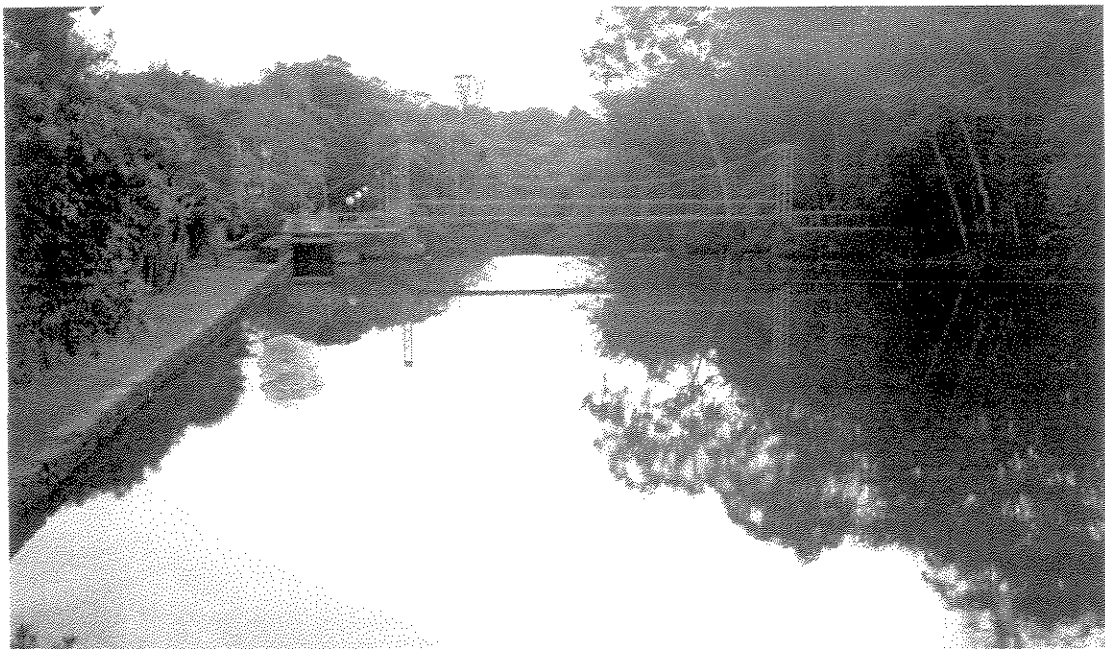


Foto 09

Autor da foto: Paulo Henrique Aguiar, em 19/12/2003.

Esta paisagem predomina também na Avenida Rodolfo Guimarães, avenida paralela à Avenida Mário Pinotti, a partir do Rio Jacaré-Pepira, até cerca de três quadras no sentido ao centro. Esta área é favorável à concentração dos serviços por ser uma área próxima ao Rio Jacaré-Pepira, rio que apresenta a cidade aos turistas, e pelos preços baixos dos imóveis. Quase todas as agências deste tipo são donas de seu próprio imóvel (ver mapa representado na figura 03). Ao criar um ambiente favorável aos turistas, com a instalação das agências, motivou-se ainda mais esta atividade atraindo investidores de outros setores como comércio de roupas para os turistas, bares e restaurantes que dependem quase exclusivamente dos turistas, dois *campings*, três hotéis, duas pousadas e uma estalagem, uma casa noturna e duas lojas de produtos artesanais e *souvenirs*. É nesta área onde está localizado o parque dos Saltos, geralmente, primeira parada de todos os turistas que visitam Brotas, constituído de trilhas que cortam a mata ciliar do rio Jacaré-Pepira e onde estão alguns objetos que contam um pouco da história de Brotas, como as construções que abrigavam a primeira (e desativada) usina hidrelétrica da cidade.

**FOTO 10: PARQUE DOS SALTOS**



Nos períodos de alta temporada, encontramos esta área da cidade muito movimentada, aumentando suas características próprias em relação ao restante da cidade.

Não foi possível precisar a valorização imobiliária desta área pela ausência de informações a respeito. Primeiramente, pela ausência de dados nas imobiliárias pelo fato de que a grande maioria das construções presentes nesta parte da cidade estava abandonada ou era desinteressante para o setor imobiliário. Outro motivo é que há poucos moradores nesta área e que não souberam nos dar esta informação. Esta área representada nas fotos 04 a 08 é onde se concentram os serviços que se prestam ao turismo em Brotas, principalmente, as agências de turismo e bares/lanchonetes (figura 03), constituindo o local onde o turismo mais deixa marcas na paisagem de Brotas, em decorrência da instalação de serviços.



# FIGURA 03: LOCALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE BROTAS

## PLANTA DO MUNICÍPIO DE BROTAS

FONTE: Mapa-base e dados: Prefeitura Municipal de Brotas: Secretaria de Turismo de Brotas.



Alguns elementos paisagísticos nesta parte da cidade também servem ao processo de fetichização do espaço. Produtos que valorizam as paisagens de Brotas estão presentes em vitrines, nas roupas, mapas turísticos, *folders*, etc, transformando as imagens de Brotas, requalificadas, em produtos, que dentro da abordagem de Ouriques (2005: 65), são chamadas de inovação estética. Assim, representações idealizadas de Brotas tornam-se representações reais, transformadas em imagens acopladas aos produtos do turismo, imagens mais adequadas ao mercado consumidor de produtos ecológicos.

Saindo desta área, ainda podemos encontrar alguns estabelecimentos de serviços turísticos espalhados pela cidade, principalmente hotéis e pousadas, que estão dispersos pela Avenida Lourival Jaubert da Silva em toda sua extensão (figura 03). Esta avenida margeia o córrego da Lagoa Seca atravessando a cidade desde a Rodovia 225, iniciando seu percurso próximo à entrada principal da cidade e terminando na altura do rio Jacaré-Pepira. Nesta avenida, encontramos cerca de 07 hotéis e alguns bares e restaurantes que dependem quase exclusivamente dos turistas para gerar renda. Este é apontado pelas imobiliárias da cidade como o ponto de maior valorização imobiliária. O preço do metro quadrado do terreno aumentou cerca de seis vezes em alguns pontos, passando de R\$3.000 reais (US\$ 1.052,63)<sup>1</sup> o metro quadrado para cerca de R\$18.000 (US\$ 6.315,79)<sup>2</sup> reais e a tendência é aumentar mais, segundo o proprietário de uma imobiliária e alguns moradores. É neste setor onde se encontra o único supermercado da cidade. A valorização imobiliária se deu nesta avenida em função da procura dos estabelecimentos de hospedagem principalmente. Esta área configura-se como pouco ocupada, com poucas habitações e loteamentos vazios. De uma maneira geral, os moradores de Brotas apontam que não houve uma valorização imobiliária em Brotas em decorrência do turismo, como veremos no capítulo 06. Mas, os que apontam esta valorização moram próximos aos bairros identificados por nós como apropriados pela atividade turística, o que nos permite espacializar esta valorização.

Os preços das diárias dos hotéis que encontramos na Avenida Lourival Jaubert Silva variam entre R\$76,00 (US\$ 27,00)<sup>3</sup> reais e R\$ 150,00 (US\$ 53,00)<sup>4</sup> reais por casal, se reservado de sexta a domingo. Este valor pode ser maior nos feriados e em alta temporada.

---

<sup>1</sup> Segundo cotação do dia 26/10/2004, um dólar equivalia a 2,85 reais.

<sup>2</sup> Idem.

<sup>3</sup> Idem.

<sup>4</sup> Idem.

O padrão econômico dos turistas que freqüentam os hotéis de Brotas caracteriza-os como classe média alta e classe alta, segundo donos destes estabelecimentos nesta área da cidade. Mas, segundo estes, há alguns hotéis que são mais acessíveis à classe média em geral. Na figura 01, folder de divulgação de hotel em Brotas e fotos destes na Avenida Lourival Jaubert da Silva.

**FIGURA 04: FOLDER DE DIVULGAÇÃO DE HOTEL LOCALIZADO NA AVENIDA LOURIVAL JAUBERT SILVA**



Destacamos no folder, abaixo do título grifado, as opções do hotel.

No folder representado na figura 04, alguns serviços que nos permitem ver o conforto oferecido aos turistas. Assim como, a associação destes serviços aos esportes de aventura em espaços naturais, associados ao fetiche da natureza. Nas fotos 11, 12 e 13 podemos ver alguns destes serviços presentes nesta área.

**FOTOS 11, 12 e 13**  
**ESTABELECIMENTOS DE SERVIÇOS TURÍSTICOS PRESENTES NA**  
**AVENIDA LOURIVAL JAUBERT SILVA**

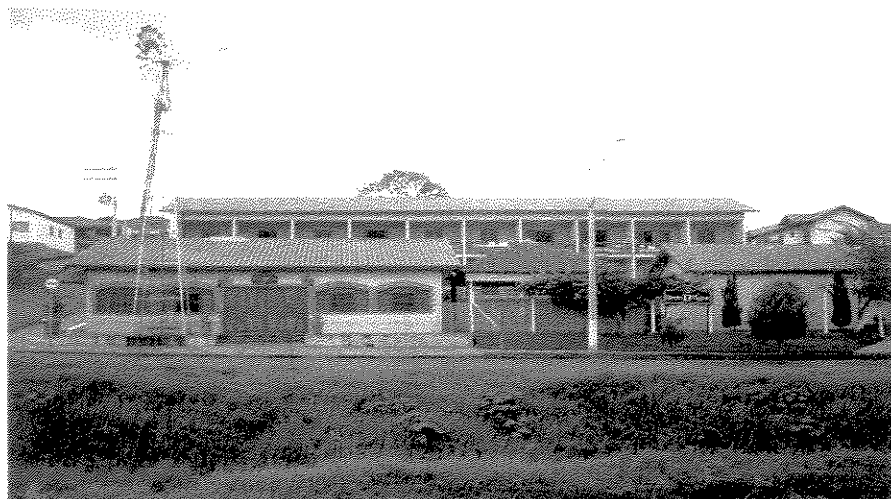


Foto 11



Foto 12

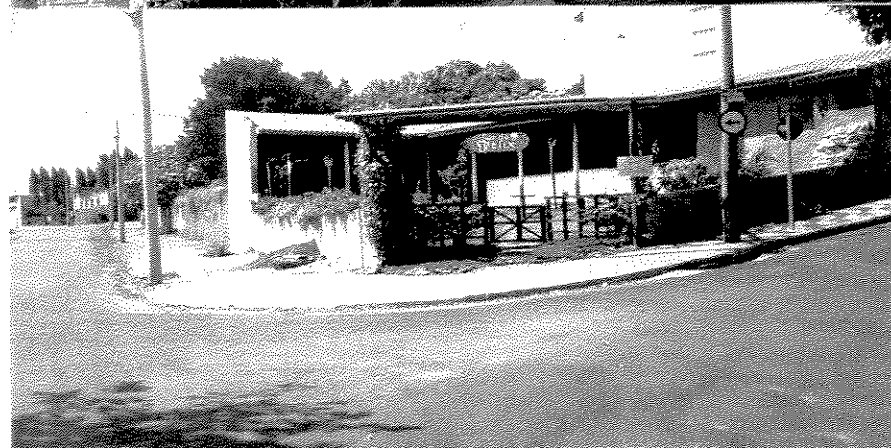


Foto 13

Autor da foto: Paulo Henrique Aguiar, em 19/12/2003.

Vemos, portanto, que não há uma transformação na forma de urbanização de Brotas de uma maneira geral, como ocorre em muitas localidades turísticas<sup>1</sup>, a partir da construção de elementos que levam a fetichização da cidade e também a partir da instalação de serviços turísticos. Contudo, há uma transformação localizada, que determina a apropriação, também, de parte do espaço urbano de Brotas pela atividade turística, por isso, encontradas em poucos bairros da cidade.

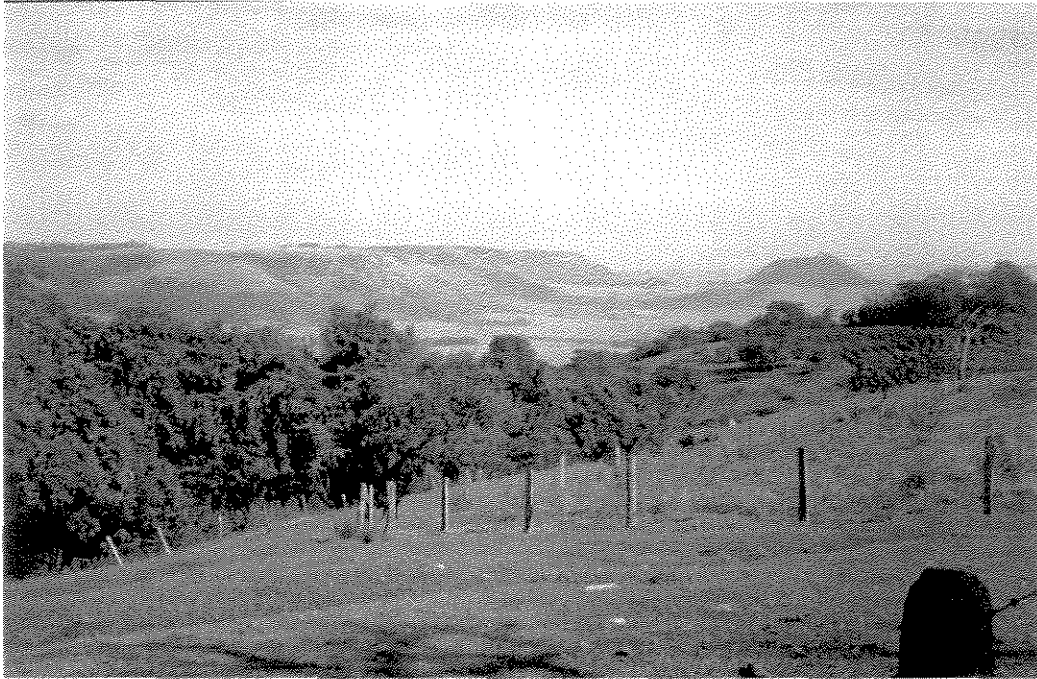
Saindo da cidade em direção ao espaço rural de Brotas, encontramos dois caminhos que nos levam aos espaços naturais, sítios turísticos e hotéis fazenda. Ambos dirigem-se ao sentido da cuesta arenítico-basáltica por caminhos que a atravessam.

A parte das Cuestas onde está localizado o município de Brotas é caracterizada por ter a presença de planícies aluviais desenvolvidas na calha do Jacaré-Pepira e seus afluentes, seguindo por relevos de degradação em planaltos dissecados, formados por colinas amplas com topos extensos e aplainados, colinas médias e topos aplainados, morros amplos com topos arredondados, morrotes e espigões com topos angulosos e achatados, morros testemunhos, com topos aplainados, arredondados ou escarpados, com exposição de rochas. Há também a existência de canyons entre encostas e muitas escarpas (MAIER, 1983).

---

<sup>1</sup> Sobre o processo de urbanização promovida pela atividade turística, vimos em Luchiari (1999) que esta atividade não só transformou as relações espaciais da população moradora de Ubatuba/SP como também determinou a urbanização deste.

**FOTO 14: VISTA FRONTAL DA CUESTA ARENÍTICA-BASÁLTICA NO  
MUNICÍPIO DE BROTAS/SP**



Autor da foto: Paulo Henrique Aguiar, em 19/12/2003.

Na foto 14, vemos as escarpas da cuesta, com a presença de vegetação nativa entre estas. No município de Brotas, as escarpas são íngremes, chegando a ter até 200 metros de altura. No fundo do vale e ao fundo da foto, a presença de um morro testemunho, isolado na paisagem. A abertura deste vale e, a conseqüente formação da cuesta, é causada pela erosão provocada pela rede de drenagem. A rede de drenagem retira as camadas superficiais formadas basicamente por arenito. As camadas de arenito são rapidamente erodidas pela ação da drenagem, enquanto que, onde há intrusões ou campos de lavas basálticas, a erosão é muito mais lenta, resultando em uma morfologia de degraus de denudação, escarpas festonadas e canyons em alguns trechos da drenagem.

Tanto no sopé como no reverso da cuesta, onde antes da ocupação havia manchas de cerrado e cerradão, além da mata atlântica, hoje está ocupado por monoculturas de cana-de-açúcar e laranja, e extensos pastos. Os cerrados e cerradões hoje se concentram em cerca de 20 hectares no reverso da cuesta, no norte do município de Brotas.

**FOTOS 15 E 16: VISTA FRONTAL DAS CUESTAS ARENÍTICO-BASÁLTICAS**



Foto 15



Foto 16

Autor da foto: Paulo Henrique Aguiar, em 19/12/2003.

Em sua maioria, as escarpas, os canyons e planícies aluviais são ocupados por vegetação nativa. A vegetação que se encontra nas escarpas dos planaltos paulistas em geral, são integrantes do domínio de Mata Atlântica, sendo chamadas de Florestas Residuais Semidecíduas, ou simplesmente, Floresta de Planalto. Devido à presença de

inúmeras escarpas e *canyons*, e de um grande número de nascentes, há a formação de cachoeiras encontradas nos afluentes do Rio Jacaré-Pepira. É a estas conjunções de elementos naturais que chamamos de espaços naturais. Estes espaços encontram-se dispersos no município e estendem-se através de *canyons* e escarpas, não formando um espaço único, portanto possibilitando encontrar por todo o percurso da cuesta arenítico-basáltica, espaços potencialmente explorados pela atividade turística. São estes espaços apropriados pela atividade turística, que passa a determinar sua forma de manejo e seus usos. E, são estas paisagens que passam a ser fetichizadas na sociedade contemporânea e vendidas a partir da apropriação de discursos ambientalistas fundamentados no romantismo. É o que chamamos de paisagem matriz, ou seja, estas paisagens seriam fontes de estímulo de representações e idéias que, neste caso, são aproveitadas pelos agentes do turismo dentro do processo de fetichização espacial, comentada por Ouriques (2005: 51). Estas paisagens são divulgadas pela publicidade turística, que os associa, através da divulgação da paisagem destes espaços, com a harmonia do homem com seu ‘mundo’ essencial, suas origens, como podemos ver na figura 05.

**FIGURA 05: FOLDER DE DIVULGAÇÃO DE SÍTIO TURÍSTICO EM BROTAS**





A figura 05 nos permite fazer uma análise de como a publicidade utiliza os ideais românticos para atrair a sociedade para os espaços naturais da forma como são idealizados pelos ambientalistas, através da fetichização de suas paisagens. Um dos ideais românticos é a harmonia com a natureza, como sugere o folder. A ausência de elementos que representem os espaços ditos 'racionalis' leva à idéia de retorno às origens. Por isso a ausência de elementos paisagísticos, na foto, que se referem a qualquer intervenção humana neste espaço, ou seja, a ausência de *artifícios*. Através da experimentação destes espaços haveria a possibilidade de um maior conhecimento de si mesmo por representarem as origens do homem, sua natureza. Este conhecimento se daria através da contemplação destes, exigindo sua experimentação. Outro fato observado por nós é que a exuberância sugerida no folder diviniza o espaço representado ao dar a idéia de imensidão. Esta idéia de imensidão sugere, por sua vez, a idéia de domínio da natureza sobre os espaços transformados pelo homem (espaço artificial), segundo os ideais naturalistas. A idéia de que são espaços construídos por Deus e mantidos em sua forma original se impõe aos espaços de ocupação humana.

Esta publicidade busca mostrar estas paisagens sugerindo que estar próximo a ela é estar distante das condições pejorativas impostas pelo espaço racionalizado, deixando o serviço comercializado como *álibi*. Ou seja, o que sugere é um reencontro com suas origens e uma harmonização com a natureza como estratégia de preservação. Esta paisagem comercializada, que podemos chamar de paisagem natural, representa o espaço natural como forma de buscar a harmonia, mas esconde sua verdadeira função, ou seja, a de comercializar os serviços turísticos, no caso, um sítio turístico. Em outros casos, vemos explicitamente, na publicidade, esta mensagem de preservação, dizendo ser importante conhecer para saber preservar. Em outros, como na figura 06, a paisagem é orgulhosamente vendida como preservada, como se fosse este um ideal conquistado estando à disposição de oferecer esta harmonia entre homem e natureza.

## FIGURA 06: FOLDER DE DIVULGAÇÃO DE SÍTIO TURÍSTICO DE BROTAS

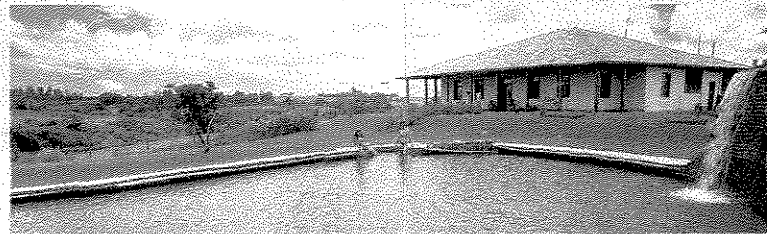
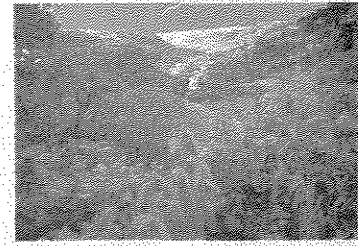
A Fazenda Cassorova possui 250.000m<sup>2</sup> de área reservada à prática do Ecoturismo. Em meio a muito verde, fauna e flora preservadas, árvores centenárias e paredões de pedra esconde-se o Canyon do Cassorova. Um vale que abriga duas belíssimas cachoeiras. A do Cassorova com 60mts. de queda em dois estágios e 200mts. de trilha. A dos Quatis com 46mts. de queda livre e trilha de 1500mts., entre cabreúvas, perobas, pau-d'alhos e anjicos, que são remanescentes centenários da Mata Atlântica no "Relevo de Cuesta". Nas trilhas, você estará em total contato com a natureza num cenário que garante aventura e deslumbrantes paisagens. Com um pouco de sorte você poderá observar muitos pássaros, quatis, veados, macacos e outras espécies. E você desfrutará das áreas de lazer e da completa infra-estrutura composta por: piscinas naturais, mini-cascatas, mirantes com vista panorâmica, lanchonete, trilhas e restaurante\* com típica comida de fazenda.

\*O restaurante abre aos sábados, domingos e feriados ou com reservas antecipadas.

### ÁREAS DE LAZER

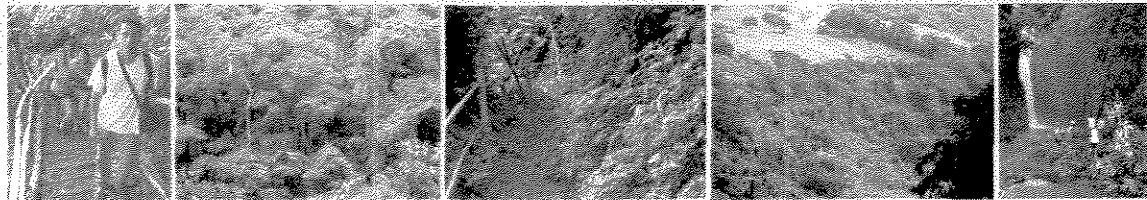


Piscina Natural e Lanchonete



Restaurante com piscina natural e mini-cascata

"A natureza preservada te recebe de braços abertos"

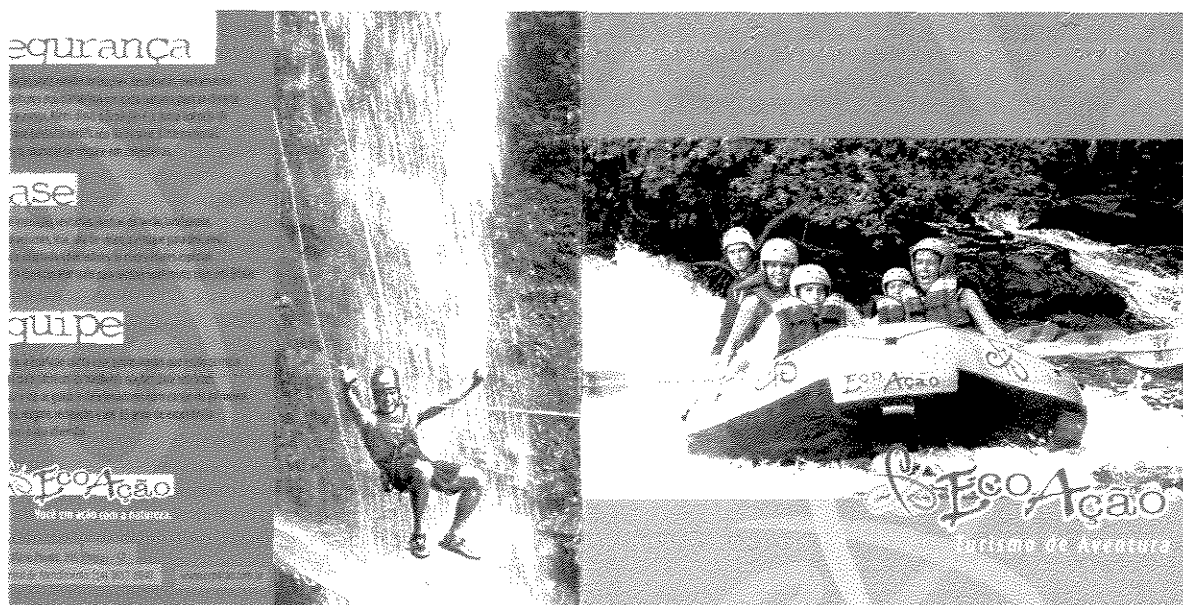


As trilhas adentram pela a Mata Atlântica preservada com toda a exuberância de sua flora e fauna

Em outros casos, os esportes de aventura são vendidos como forma de integração entre homem e natureza, como vemos na figura 07. Esta integração legitimaria o uso dado pela atividade turística a estes espaços, legitimando, conseqüentemente, sua apropriação. Uma forma de uso que atrairia principalmente os turistas mais jovens, diferentemente dos mais idosos, que preferem aproveitar a tranqüilidade proporcionada por estes espaços.

Contudo, para todos os turistas, as necessidades de se estar próximo aos espaços naturais são essencialmente as mesmas e estão relacionadas aos ideais ambientalistas de conservação, acrescentado dos ideais da sociedade moderna sobre estes espaços, o de harmonia com o mundo essencial (o mundo regido pelas leis da natureza).

FIGURA 07: FOLDER DE DIVULGAÇÃO DE AGÊNCIA DE TURISMO DE BROTAS/SP

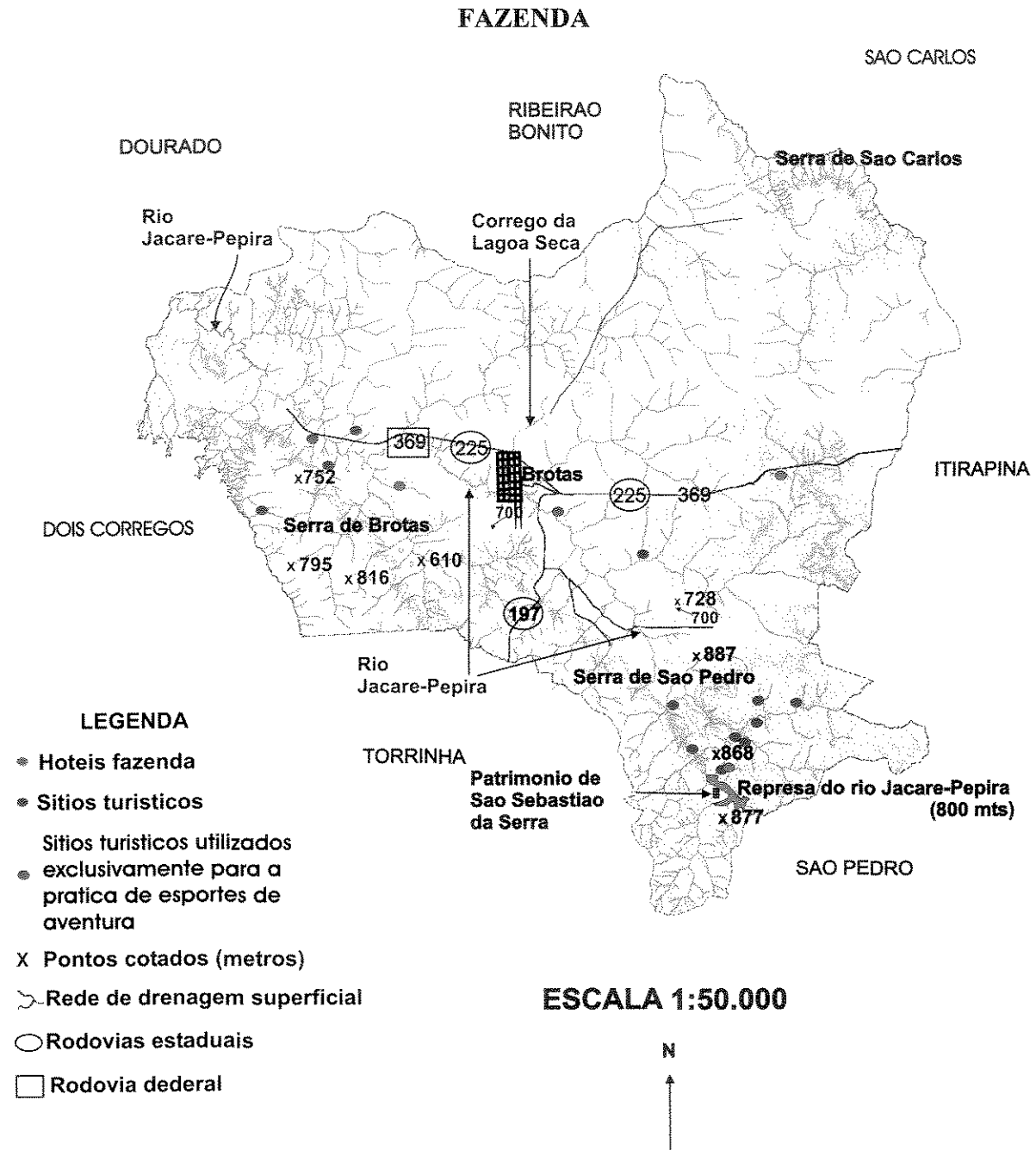


Vemos nas figuras 07 e 04 como os esportes de aventura estão presentes na publicidade turística juntamente com a imagem do espaço natural fetichizado. Segundo Enzensberger (1989: 216; apud: OURIQUES, 2005: 44), o turista busca pelo ‘aventuresco’ como uma reminiscência dos relatos de viagens de conquista e colonização de séculos anteriores. O autor diz que este aventureco é buscado sempre amparado por elementos que lhes oferecem conforto material. Por isto todos os serviços das agências estarem diretamente associados com a natureza fetichizada, incluindo os esportes de aventura, que passam a fazer parte do processo de fetichização da natureza.

É próximo a estes espaços naturais onde estão localizados alguns dos serviços turísticos e, principalmente, os sítios turísticos. Através do mapa representado na figura 03 procuramos espacializar os estabelecimentos que prestam serviços à atividade turística no espaço rural do município de Brotas/SP. Estes pontos são ocupados basicamente por sítios e hotéis fazenda, que neste caso também são considerados sítios turísticos, pois oferecem as mesmas atrações que geralmente oferecem os sítios turísticos. Ao observarmos as isolinhas do mapa representado no mapa representado na figura 08, vemos que os atrativos turísticos estão localizados, em sua maioria, nas escarpas da cuesta arenítica-basáltica – identificada no mapa por uma concentração acentuada de isolinhas -, onde podemos perceber uma alta

concentração de sítios turísticos, e onde estão localizadas as cachoeiras e resquícios de mata nativa.

**FIGURA 08: LOCALIZAÇÃO DOS SÍTIOS TURÍSTICOS E DOS HOTÉIS**



Fonte: Digitalizado por Rogério D'ellantonio e modificado por Paulo Henrique Aguiar (2005)

Alguns sítios turísticos não foram localizados, por isso não estão representados na figura.

Em 2003, foi instituída uma lei que preestabelece os recursos mínimos necessários para que um sítio possa receber turistas (Lei Municipal N° 1889/2003 de 01° de setembro de 2003). Os sítios que se propõe a tornarem-se turísticos devem, a partir desta lei, obter a Licença Turística Ambiental (LITA), criada em 1998, junto ao poder público municipal. Segundo o Artigo 19 do Capítulo III desta lei:

*“Todo Sítio Turístico Receptivo deve oferecer ao visitante, no mínimo:*

- I- Estacionamento;*
- II- Guarita de recepção;*
- III- Água potável;*
- IV- Sanitários e vestiários;*
- V- Sinalização advertida, informativa e educativa.”*

Esta lei já estava prevista para o ano de 2003 desde 1998, o que fez com que estes sítios procurassem se adequar a estas normas antes de virar lei. Assim, sítios que possuem atrativos turísticos foram se transformando no decorrer da década de 1990, deixando de lado, ou em situação secundária, suas atividades tradicionais, como pecuária, cultura de cana, café, laranja, visando investimentos em infra-estrutura para atender estas exigências e as exigências dos turistas, principalmente. Em conversas com os proprietários de 10 dos sítios turísticos do município, todos disseram que desenvolvem atividades complementares, mas que a atividade mais rentável é a atividade turística.

Entre os proprietários de sítios turísticos e hospedagens, pudemos constatar, em entrevistas de campo, uma preocupação acentuada em impedir a instalação de grandes *resorts*. Notamos a presença de alguns líderes políticos que agem no sentido de incentivar o desenvolvimento do turismo sem a interferência de grandes investimentos do setor hoteleiro e turístico em geral. O argumento utilizado parte do princípio de que um *resort* concentraria todas as atividades desenvolvidas pelos turistas, concentrando conseqüentemente os gastos dos turistas. Usam para explicar sua posição, como exemplo, o desenvolvimento turístico do município vizinho, São Pedro, a 80 quilômetros de Brotas, que é uma cidade turística há muito mais tempo que Brotas. Neste município, os turistas isolam-se nos *resorts* que concentram todos os atrativos que podem encontrar na região

(elementos para o turismo ecológico, rural e de aventura), não movimentando como deveria, segundo os entrevistados, a economia do município.

Outra preocupação destes proprietários de sítios turísticos é impedir que outros proprietários de sítios cedam suas propriedades a arrendadores. Segundo estes, há alguns arrendadores interessados em adquirir estas propriedades. Isto, segundo eles, faria com que a dinâmica de desenvolvimento da atividade turística passasse a ser determinada por agentes externos à cidade, impossibilitando o que estes chamam de desenvolvimento economicamente sustentável. Na verdade, o grande temor destes proprietários de terra é impedir que outros proprietários de sítios com as mesmas características, possuidores de atrativos turísticos, mas muito pouco produtivos, venham a sanar seus problemas administrativos e financeiros através da concessão de suas terras para grandes investidores externos que, por sua vez, desenvolvam uma infra-estrutura turística muito superior, e muito mais atraente aos turistas, concentrando assim os serviços turísticos e excluindo os sítios de propriedade dos fazendeiros e donos de sítio.

Assim, estes proprietários menos capitalizados e ausentes de apoio em relação a estratégias de investimento e gerenciamento de serviços são pressionados por dois lados. De um lado, por agentes imobiliários e grandes investidores externos devido à valorização de suas propriedades. E, de outro, pelos demais proprietários de terras que apresentam os mesmos atrativos turísticos, mas, estão mais capitalizados e munidos de estratégias de gerenciamento, e que rejeitam a presença de grandes investidores.

Vemos no mapa representado na figura 08 que há uma grande concentração de sítios turísticos à jusante da represa do Rio Jacaré-Pepira. Estes estão concentrados neste ponto, pois é onde o rio inicia sua descida pela cuesta e, onde há a maior concentração de canyons, cachoeiras e mata nativa. Um outro local onde se concentram alguns equipamentos turísticos e que a atividade turística deixa marcas na paisagem é o local que margeia a área da lagoa formada pelo represamento do rio Jacaré-Pepira, no bairro Patrimônio, onde houve a instalação de um hotel e algumas casas de veraneio que contrastam em seu padrão arquitetônico. Segundo dados das imobiliárias responsáveis pela administração e comércio dos terrenos e imóveis desta área, houve uma valorização de dez vezes em comparação ao valor de cerca de dez anos atrás. Esta área era, até então, marcada pela degradação das residências, sendo destinada apenas aos turistas que freqüentavam

esporadicamente as margens da represa, segundo relato dos moradores do bairro. Antes da oficialização da atividade turística em Brotas, e da ascensão do turismo de massa para este município, alguns campistas freqüentavam a represa. Alguns comerciantes queixam-se da ausência destes antigos freqüentadores da represa, que traziam efetivamente renda aos seus estabelecimentos, visto que os turistas atuais não gastam mais no bairro. Estes antigos turistas teriam afastado-se da represa pela impossibilidade de usá-la como antigamente. Hoje, não é mais permitido utilizar-se as margens da represa para acampamento, a não ser dentro do camping. O alto custo deste, afasta também os antigos freqüentadores, geralmente pessoas da região de Brotas que freqüentavam a represa por um dia apenas.

Vemos assim que a apropriação do espaço em Brotas pela atividade turística se dá em locais isolados e, também podemos dizer que há um controle do desenvolvimento desta apropriação pelos agentes políticos locais, pelo menos por enquanto, visto que a atividade turística em Brotas mostra-se extremamente atrativa aos grandes investidores externos.

A apropriação dos espaços naturais, especialmente, denotaria neste caso uma valorização do espaço rural, determinando uma nova lógica na apropriação dos espaços naturais e uma nova determinação de seu uso, que se desligaria de seu desenvolvimento histórico anterior a 1993 e que passaria a ser determinada pela atividade turística.

A apropriação do espaço urbano pela atividade turística também se dá de forma isolada, em alguns pontos da cidade de Brotas, valorizando estes espaços e determinando uma nova lógica de desenvolvimento destes locais, não mais determinado pela lógica de produção anteriormente dada, mas, agora, com a objetividade de abrigar os serviços turísticos.

Para a confirmação dos fatos que exigem a busca de informações com os que vivenciam o fenômeno estudado e discutido até o momento, ao longo de todo o trabalho, buscamos sistematizar no capítulo a seguir, onde condensamos os dados obtidos em campo através de entrevistas com moradores e turistas.

## **CAPÍTULO VI**

### **ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS ATRAVÉS DE ENTREVISTAS COM MORADORES E TURISTAS**

Neste capítulo, faremos uma análise das respostas obtidas a partir de entrevistas de campo obtidas com moradores de Brotas e turistas. Análise esta feita a partir da abordagem teórica feita no transcorrer do trabalho. Para maior compreensão e para facilitar a análise classificamos os resultados e os sintetizamos em quadros demonstrativos (quadro 09 ao 30).

A importância desta análise está no fato de possibilitar-nos comprovar ou refutar algumas hipóteses levantadas no transcorrer do trabalho, historicizar o fenômeno em questão e fortalecer nossas considerações finais.

#### **6.1 – ANÁLISE SINTÉTICA DOS DADOS OBTIDOS E ENQUADRADOS A PARTIR DE ENTREVISTAS SISTEMATIZADAS COM MORADORES DE BROTAS**

Segundo o quadro 09, a maior parte da população entrevistada (73%) nasceu ou mora em Brotas há mais de 15 anos:

**QUADRO 09: TEMPO DE MORADIA EM BROTAS**

Menos de 05 anos	10	11%
Entre 05 e 10 anos	08	09%
Entre 11 e 15 anos	06	07%
Entre 16 e 20 anos	06	07%
Mais de 20 anos	17	20%
Nasceu em Brotas	40	46%
TOTAL	87	100%

Portanto, acreditamos que nossos entrevistados acompanharam o nascimento e desenvolvimento da atividade turística e as possíveis transformações decorrentes da



apropriação do espaço por esta atividade, já que esta atividade, segundo 88% dos entrevistados, tem sua origem indicada há menos de 15 anos, conforme quadro 10.

**QUADRO 10: QUANDO ATIVIDADE TURÍSTICA COMEÇOU A SE DESENVOLVER EM BROTAS**

Menos de 05 anos	16	18%
Entre 05 e 10 anos	46	53%
Entre 11 e 15 anos	15	17%
Entre 16 e 20 anos	00	0%
Mais de 20 anos	01	01%
Não sabe	09	11%
TOTAL	87	100%

Sabemos que a atividade turística desenvolveu-se a partir de 1993, ano da instalação da primeira agência de turismo em Brotas e do primeiro plano de desenvolvimento turístico do município. Esta percepção da origem da atividade turística para a população de Brotas se deu associado à percepção das transformações espaciais no município com a instalação mais acentuada de estabelecimentos de serviços. O fato de um número considerável de respostas (18%) estar indicando que esta atividade se desenvolveu há menos de 05 anos e que o maior número de entrevistados indique este início entre 05 e 10 anos (53%) deve-se, por sua vez, ao fato de que a instalação dos estabelecimentos turísticos intensificou-se entre 1999 e 2004, como nos mostra o quadro 08 (página 48). Este período, portanto, pode ser indicado como aquele em que as marcas da atividade turística tornaram-se mais evidentes na paisagem, o que nos leva a uma associação entre as transformações espaciais e a percepção da apropriação do espaço pela atividade turística pelos moradores. Estas marcas evidenciam-se mais nas áreas exploradas por nós no momento de descrição da paisagem no capítulo 05. O quadro 11 nos permite confirmar a afirmação de que a apropriação do espaço se dá localizadamente:

**QUADRO 11: PRINCIPAL TRANSFORMAÇÃO TRAZIDA PELA ATIVIDADE TURÍSTICA PARA O BAIRRO DO ENTREVISTADO**

Nenhuma	45	67%
Mais movimento de pessoas e veículos	08	12%
Instalação de equipamentos turísticos e 2ª residência	10	15%
Não sabe	04	06%
TOTAL	67	100%

O quadro 11 nos mostra que 67% dos entrevistados não notaram qualquer transformação trazida pela atividade turística para seu bairro, o que evidencia que o processo de apropriação do espaço em Brotas encontra-se em seus princípios, se levarmos em conta que esta evolução continua ocorrendo com a instalação de novos estabelecimentos de serviços, o que está relacionado diretamente ao aumento do número de turistas que visitam Brotas, aumento sentido bastante nos últimos anos. Esta concentração espacial de serviços voltados ao turismo na cidade de Brotas foi constatado anteriormente por nós quando da descrição da paisagem urbana. O que nos traz a idéia de que a evolução do desenvolvimento urbano da cidade de Brotas passa a ser crescentemente influenciada pela atividade turística é justamente esta ocupação que passa a ocorrer em outras localidades da cidade, avançando em direção a áreas pouco habitadas, mesmo próximas à área central, o que reforça o grande número de pessoas que não percebe qualquer transformação ocorrida em seu bairro. Contudo, com o avanço da apropriação do espaço pela atividade turística, as áreas menos habitadas geram a tendência, segundo constatamos com as imobiliárias e exposto anteriormente neste trabalho, de uma outra dinâmica de valorização do espaço urbano. Estes espaços vazios, se bem localizados, estando próximos aos acessos aos serviços turísticos, passam a ser os espaços mais valorizados, impedindo, hipoteticamente, até mesmo a ocupação residencial e a constituição de aglomerados residenciais. Este avanço da apropriação do espaço pela atividade turística ocasiona também uma valorização imobiliária urbana localizada, como vemos no quadro 12:

**QUADRO 12: RESPOSTA DOS ENTREVISTADOS SOBRE SE HOUE VALORIZAÇÃO IMOBILIÁRIA EM FUNÇÃO DO TURISMO**

Sim. Da casa. Próximo a 100%.	01	01%
Sim. Da casa. Próximo a 50%	01	01%
Sim. Da casa. Não disse quanto valia, mas disse quanto vale.	05	06%
Sim. Da casa. Não disse quanto valia nem quanto vale.	06	07%
Sim. Do terreno. Não disse quanto valia, mas quanto vale.	01	01%
Não. Disse valor da casa.	08	09%
Não. Não disse valores.	15	17%
Aluguel. Não houve.	03	03%
Não respondeu.	05	06%
Não sabe se houve nem valor atual.	33	39%
Não sabe se houve más sabe valor	09	10%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

A valorização imobiliária foi percebida por 16% dos entrevistados. Estes são predominantemente moradores das áreas onde estão localizados os serviços turísticos (bairros Bela Vista, Santa Cruz e bairro do Caju; ver mapa na página 63) e do centro da cidade. Esta valorização sentida no centro foi percebida por apenas alguns moradores que vêem no aumento do movimento de pessoas e veículos no centro uma possibilidade de valorização imobiliária. Contudo, um número expressivo de entrevistados não soube responder se houve valorização imobiliária ou não (39%) e 29% disse não ter havido qualquer valorização. Isto nos remete a confiar mais nos dados fornecidos pelas imobiliárias, visto que a maior parte dos entrevistados não soube nos dar os dados precisos. Para uma maior confiabilidade nos dados fornecidos quanto às transformações espaciais em estudo, levamos em conta o tempo de moradia dos entrevistados na cidade e no bairro onde se encontram residentes no momento, assim como com a faixa etária dos entrevistados,

tendo em vista a preocupação com a vivência do fenômeno estudado desde sua origem, estipulada por nós como sendo 1993:

**QUADRO 13: TEMPO DE MORADA NA CASA ATUAL ENTRE OS MORADORES DE BROTTAS ENTREVISTADOS**

Menos de 05 anos	25	29%
Entre 05 e 10 anos	19	22%
Entre 11 e 15 anos	09	10%
Entre 16 e 20 anos	09	20%
Mais de 20 anos	17	20%
Não respondeu	08	09%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

O quadro 13 nos permite concluir que menos de 61% dos moradores de Brotas entrevistados não viviam na mesma residência quando do início da atividade turística no município. O que nos leva a ficar mais cautelosos acerca da análise contida nas informações referentes às transformações ocorridas no bairro. Quanto à faixa etária dos entrevistados, podemos dizer que a grande maioria acompanhou o movimento da atividade turística, com exceção daqueles que migraram recentemente para a cidade.

**QUADRO 14: FAIXA ETÁRIA DOS ENTREVISTADOS**

Até 15 anos	01	01%
15-20	09	11%
21-30	14	16%
31-40	15	18%
41-50	08	09%
51-60	22	25%
61-70	08	09%
Acima de 70	10	11%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Como vimos no capítulo 05, os moradores entrevistados que migraram recentemente estão espacialmente localizados nos bairros Santa Cecília e Campos Elíseos. O quadro 09 nos mostrou que 73% dos moradores entrevistados moram em Brotas há mais de 15 anos. As origens e os motivos dos que migraram para Brotas, entre todos os migrantes, como dissemos anteriormente em relação aos que migraram recentemente, não tem qualquer relação com o turismo. Segundo o quadro 15, a maior parte dos entrevistados migrou da Região Metropolitana de São Paulo e de cidades médias da região de Brotas (23% provenientes de ambos):

**QUADRO 15: LOCAL DE ORIGEM DOS QUE NÃO NASCERAM EM BROTAS**

Região de Campinas	06	12%
Região Metropolitana de São Paulo	11	23%
Zona rural de Brotas	05	10%
Região de Brotas	06	12%
Outros Estados	04	08%
Regiões de Rio Claro, São Carlos e Jaú	11	23%
Outras regiões	06	12%

Entre os fatores de migração, aparentemente, nenhum está relacionado à atividade turística, como vemos no quadro 16 e conforme discutimos anteriormente, as razões da migração recente para Brotas estão relacionadas ao desenvolvimento do setor agrícola através das atividades de silvicultura e da laranja:

**QUADRO 16: RAZÃO DA IMIGRAÇÃO DOS QUE NÃO NASCERAM EM BROTAS**

Voltou para casa da família	04	09%
Tranqüilidade	11	23%
Trabalho (não tem a ver com turismo)	17	36%
Não respondeu	08	17%
Outros	07	15%

Voltando à análise das transformações trazidas pela atividade turística para o município, vemos que são as transformações espaciais, através das marcas deixadas na paisagem por esta atividade, as que mais evidenciam a apropriação da atividade turística no município de Brotas, como nos mostra o quadro 17:

**QUADRO 17: TRANSFORMAÇÃO TRAZIDA PELA ATIVIDADE TURÍSTICA PARA A CIDADE DE BROTAS/SP, SEGUNDO MORADORES.**

Construção de equipamentos turísticos (hospedagens, bares, etc.)	17	20%
Gerou mais renda/empregos	13	16%
Aumentou custo de vida	13	16%
Aumentou movimento de pessoas e veículos	10	12%
Diminuiu a tranqüilidade	04	05%
Melhorou infra-estrutura	02	02%
Degradação do patrimônio público/natural	03	04%
Valorização dos Imóveis	01	01%
Melhoria das praças	03	04%
Não houve	01	01%
Não sabe	11	13%
Outros	05	06%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Segundo o quadro 17, 20% dos entrevistados percebem as transformações causadas pela atividade turística nas marcas deixadas na paisagem através da instalação dos serviços turísticos. O que evidencia pouca apropriação do espaço urbano de uma maneira geral, como apontamos como uma característica desta atividade no processo de espetacularização dos lugares, onde esta atividade é a que se mostra mais eficiente no sentido de transformar até mesmo uma cidade inteira em mercadoria, através da transformação de todos os elementos e objetos em mercadoria. Como vimos, a evidência mais acentuada deste processo em Brotas ocorre na esfera simbólica, através da publicidade turística, com uma pequena alteração material através da instalação dos serviços turísticos, algumas placas e, do portal na entrada da cidade.

Ainda segundo o quadro 17, outro fator apontado como transformador está na esfera econômica, onde os entrevistados apontam o aumento de geração de renda e empregos gerados pelo turismo um fator importantíssimo, o que Ouriques (como discutimos no capítulo 02) aponta como sendo um fator, geralmente, de compensação dos malefícios trazidos por esta atividade. Assim, fatores apontados como maléficis, no quadro 17, como o aumento do movimento de pessoas (12%) – que é apontado como fator de constrangimento e incômodo por parte dos moradores -, a diminuição da tranqüilidade (05%), diretamente associado com o fator anterior, degradação do patrimônio natural e público (04%), e o considerável número de pessoas que declaram ter havido aumento do custo de vida (16%), é compensado pelo fato desta atividade gerar renda e empregos para o município. Esta condição gera uma aceitação do turismo na cidade, como vemos no quadro 18:

**QUADRO 18: OPINIÃO DO MORADOR DE BROTAS SOBRE A ATIVIDADE TURÍSTICA**

Bom. Mas não diz por que	17	19%
Bom. Divulga a cidade	01	01%
Bom. Gera renda e empregos	24	27%
Bom. Ajuda a revitalizar a cidade	02	02%
Bom. Permite mais lazer	01	01%
Ruim. Mas não diz por que	02	02%
Ruim. Tira sossego	04	05%
Ruim. Cidade não comporta tanto turista	04	05%
Ruim. Aumenta custo de vida	10	11%
Ruim. Degrada a cidade	04	05%
Ruim. Degrada patrimônio natural	01	01%
Indiferente	07	08%
Vê lado bom e ruim	05	06%
Outros	06	07%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>



O aumento do custo de vida, neste quadro, é apontado como principal fator negativo apontado pelos moradores entrevistados trazido pela atividade turística, fato que a Secretaria de Turismo do município de Brotas/SP discorda. Os moradores entrevistados atribuíram ao aumento do preço das mercadorias no supermercado o aumento do custo de vida. Muitos dos entrevistados disseram que compensa viajar para as cidades vizinhas para fazer suas compras. Porém, numa primeira análise comparativa na cidade de Rio Claro/SP, cidade apontada como uma das preferidas pelos moradores que costumam sair da cidade para fazer compras, não vimos diferença nos preços dos supermercados ao analisar duas marcas de cada um de alguns produtos básicos que selecionamos para análise (arroz, feijão, açúcar, óleo de cozinha, sal, detergente e sabão em pó, farinha de trigo e café). Utilizamos dois supermercados desta cidade para a análise. Há um único supermercado em Brotas. Não sabemos, contudo, o quanto estes produtos encareceram desde a instalação da atividade turística. Apesar desta inconveniência trazida pela atividade turística, a maioria dos moradores entrevistados vê o turismo como benéfico ao município (50% se somarmos todos os malefícios contra 29% que vêem como ruim).

O fator geração de renda e emprego é o fator diretamente apontado como fator positivo por 27% dos entrevistados. O número de pessoas que aponta este fator como positivo corresponde quase que a quantidade similar aos fatores negativos apontados somados (29%). O quadro 19 reforça esta afirmação:

**QUADRO 19: PERGUNTA:  
A ATIVIDADE TURÍSTICA INTERFERE NA SUA VIDA?**

Sim. Porque trabalha ou gera renda com turismo	13	14%
Sim. Tira tranqüilidade	03	03%
Sim. Não disse por que	03	03%
Sim. Aumenta custo de vida.	20	21%
Não.	55	59%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Segundo o quadro 19, a atividade turística não influencia no modo de vida da população, nem em seus *habitus*. As interferências diretas estão no âmbito das possibilidades de geração de renda com a atividade e ao aumento do custo de vida, como discutido. Novamente, podemos afirmar que, apesar de gerar renda e trabalho, e este ter se tornado o principal motivo de sua aceitação pela maior parte da população entrevistada, poucos se beneficiam diretamente desta atividade (14%) se comparado aos fatores negativos gerados por esta atividade, o que corresponde a 24% dos entrevistados. Assim, podemos dizer a partir do quadro 19 que o turismo, para a maioria dos entrevistados, traz mais inconvenientes que benefícios.

Segundo o quadro 20, o(s) uso(s) dados aos espaços naturais pelos moradores entrevistados não foi modificado após a apropriação destes pela atividade turística. Uma grande quantidade de entrevistados respondeu que a população não se utilizava diretamente destes espaços.

**QUADRO 20: FORMAS DE UTILIZAÇÃO DOS ESPAÇOS NATURAIS ANTES DO DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA, SEGUNDO MORADORES DE BROTAS**

Para pesca. Rios e represa	04	04%
Pesca. Não disse local	03	03%
Lazer. Apenas represa	06	07%
Lazer. No rio Jacaré-Pepira	06	07%
Lazer. Não disse o local	12	13%
Lazer. Só que menos que hoje	08	10%
Não utilizavam para nada	20	22%
Lazer. Nas cachoeiras	05	06%
Não sabe/não lembra	13	15%
Não respondeu	06	07%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Contudo, como constatamos e discutimos no capítulo 05, novos usos são dados aos espaços naturais no momento em que ocorre a apropriação destes espaços pela atividade turística ocasionado através da fetichização da natureza, havendo uma geração de renda e empregos ou um aumento do custo de vida da população, gerando a instalação de serviços turísticos, entre outras transformações. Esta transformação dos espaços naturais está no âmbito simbólico, na modificação dos usos dados por esta população em um âmbito coletivo. Naturalmente, as relações com este espaço são modificadas. O que era antes um espaço sem importância para a maioria, ou um empecilho ao desenvolvimento de outras atividades econômicas, agora passa a ter importância comercial.

Tendo em vista que a maior parte dos entrevistados disse que utilizava os espaços naturais para lazer (43%), procuramos saber quais os resultados da apropriação dos espaços naturais pela atividade turística para este lazer:

**QUADRO 21: PERGUNTA: ESTÁ MAIS FÁCIL OU MAIS DIFÍCIL FAZER LAZER EM BROTAS**

O custo do lazer subiu/agora tem que pagar:	35	39%
Tem muita gente/falta privacidade	06	07%
Está mais perigoso	03	03%
Difícil. Não disse porque	04	04%
Houve criação de mais áreas para lazer	10	11%
Melhorou a infra-estrutura dos pontos/vias de acesso	13	15%
Está mais fácil fazer lazer. Não disse por que?	10	11%
Nada mudou	04	04%
Não sabe/ não disse	04	04%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

A atividade turística, como vemos no quadro 21, dificultou o lazer dos moradores entrevistados. Os fatores: aumento de custo do lazer, falta de privacidade e perigo representam a maior parte da população entrevistada (53%). O que nos leva a deduzir um empecilho gerado pelo turismo. Contudo, temos que ressaltar que 15% consideram a melhoria de infra-estrutura um fator facilitador trazido pelo turismo, assim como a ampliação do número de pontos de lazer (11%).

O alto custo dos usos dos atrativos turísticos pode fazer com que muitos moradores de Brotas não utilizem os pontos turísticos para o lazer, tendo em vista o poder aquisitivo dos moradores em relação ao dos turistas. O acesso aos espaços naturais, como veremos adiante, se dá através dos sítios turísticos, exigindo o pagamento deste acesso, o que varia entre R\$ 10,00 e R\$ 20,00, e que geralmente é ainda maior na alta temporada. Segundo donos de hotéis e a Secretaria do Turismo de Brotas, o perfil econômico dos turistas é caracterizado como sendo da classe média dos grandes e médios centros urbanos, com uma renda muito superior aos dos moradores como nos mostra o quadro 22:

#### **QUADRO 22: RENDA FAMILIAR DOS ENTREVISTADOS**

Até 01 salário.	04	04%
De 01 a 03 salários.	37	42%
De 03 a 05 salários.	19	21%
De 05 a 10 salários.	06	07%
Acima de 10 salários.	08	09%
Não tem salário.	01	01%
Não respondeu/não sabe	14	16%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Outro fator que é apontado pelos moradores como um impeditivo para o compartilhamento dos mesmos espaços que os turistas é o fato de haver um certo constrangimento por parte destes em relação aos turistas. Estes se dizem sentir-se incomodados com os costumes destes. Isto pode ser explicado a partir da análise de Krippendorf (1989: 71) que diz que, longe de casa, os turistas se sentem livres das normas

de seu espaço cotidiano, podendo fazer o que lhe aprouver, “*vestir-se, comer, gastar, fazer bagunças que já há tempos queria...*”. Isto pode explicar o comportamento dos turistas, que é extremamente reprovável pelos moradores, conforme constatamos em nossas entrevistas.

Levando-se em conta estes impeditivos que o turismo provoca aos moradores, através do quadro 22, de uma maneira geral, podemos fazer uma comparação direta com os dados do quadro 18, comparação que permite analisar o quanto a turismo interfere em alguns costumes dos moradores:

**QUADRO 23: PONTOS DO MUNICÍPIO FREQUENTADOS PELOS MORADORES DE BROTAS NOS MOMENTOS DE LAZER E HORAS VAGAS**

Praças	18	20%
Estádio (Brotense)	01	01%
Represa do bairro Patrimônio	02	02%
Clube de Campo de Brotas	06	07%
Sítios turísticos	01	01%
Parque dos Saltos/Rio Jacaré	08	09%
Bares/Lanchonetes/Restauran tes/Soveterias	06	07%
Centro Comercial	09	10%
Casa de parentes e amigos	04	04%
Cachoeiras e demais rios	09	10%
Coral e teatro	03	03%
Igreja	02	02%
Lugar nenhum	21	24%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

A comparação entre os dois quadros nos permite concluir que o número de moradores entrevistados que freqüentavam as cachoeiras e rios do município para lazer antes da sua apropriação pela atividade turística mantém-se atualmente. Onde apenas 11% dos entrevistados dizem que utilizavam para lazer hoje (cachoeiras e rios), 10% continuam

fazendo uso. Ainda comparando os dois quadros, vemos que o número de entrevistados que freqüentavam o rio Jacaré-Pepira para lazer mantém em torno de 10%. Isto porque a utilização deste espaço é pública, não havendo cobrança para o uso e, está muito próximo ao centro da cidade, como nos mostrou o mapa representado na figura 03. O fato de muitos turistas apontarem o aumento do custo do lazer para os moradores como um ponto negativo do turismo, não significa que estes tenham alterado seus costumes quando dos momentos de lazer. Além disso, notamos que muito pouco dos costumes dos moradores de Brotas foi alterado com a apropriação do espaço pela atividade turística.

Como discutimos anteriormente, acerca da instalação da atividade turística no município, no capítulo 04, a prefeitura municipal interferiu diretamente no processo de introdução da atividade turística no município, quando da interferência no processo de instalação do curtume, o que iria contra os interesses do processo de fetichização do município de Brotas, por ser caracterizada como uma empresa cuja atividade é extremamente poluidora, principalmente dos recursos hídricos, apontados pelos moradores como um dos principais fatores de atração dos turistas para Brotas, segundo quadro 18.

Esta participação da prefeitura, no entanto, é percebida através de um apoio (quadro 24) extremamente mais importante a ser discutido, ocorrido através da conscientização da população para a aceitação desta atividade. Os moradores entrevistados dizem que a prefeitura emite comunicados em vésperas de feriados e nas altas temporadas, através da rádio local e imprensa escrita, pedindo que os moradores tolerem o comportamento dos turistas e os recebam bem. Fator apontado como essencial para o desenvolvimento da atividade turística por Ouriques (2005), como discutimos anteriormente.

**QUADRO 24: PARTICIPAÇÃO GOVERNAMENTAL, SEGUNDO MORADORES DE BROTAS/SP**

Prefeitura deu apoio	41	48%
Prefeitura deu passo inicial	02	02%
Não teve participação governamental	25	28%
Não sabe	19	22%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Segundo o quadro 24, a participação da prefeitura está no âmbito do apoio, visto que poucos vêem na prefeitura uma potencializadora de transformações espaciais. Fato observado por nós ao não ver, com exceção do portal em construção, qualquer marca na paisagem gerada diretamente a partir da construção de elementos pela prefeitura que beneficie diretamente ao turismo.

**QUADRO 25: ATRATIVOS QUE FIZERAM DE BROTA LOCAL TURÍSTICO  
SEGUNDO MORADORES ENTREVISTADOS**

Rios	30	23%
Cachoeiras	40	30%
Matas	10	08%
Tranqüilidade	08	06%
Esportes de aventura	24	18%
Proximidades dos grandes centros urbanos	02	01%
Grande quantidade de equipamentos turísticos (hotéis, restaurantes, etc.)	06	05%
Não sabe	05	04%
Outros	07	05%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

*OS: Em alguns casos houve mais de um motivo apontado pelo mesmo entrevistado*

Como vimos anteriormente no capítulo 05, os elementos da natureza presentes na paisagem de Brotas são os objetos fetichizados pela publicidade turística. No quadro 25, vemos que 61% dos entrevistados atribuem aos elementos da natureza todo o processo de fetichização do município pela atividade turística. Os esportes de aventura aparecem com uma representatividade significativa. Como discutimos no capítulo 05, este último fator está associado por nós ao processo de apropriação física destes espaços, visto que é desta

forma que seu uso é justificado pela atividade turística. Os esportes de aventura estão diretamente relacionados ao processo de fetichização espacial do turismo estando também diretamente relacionado ao fetiche da natureza, o que se apóia num retorno ao período das grandes expedições intracontinentais empreendidas nas explorações científicas empreendidas pelos naturalistas dos fins do século XIX, através da utilização de técnicas inspiradas nos equipamentos utilizados nestas explorações e transformados recentemente em equipamentos esportivos.

## **6.2 - ANÁLISE SINTÉTICA DOS DADOS OBTIDOS E ENQUADRADOS A PARTIR DE ENTREVISTAS SISTEMATIZADAS COM TURISTAS DE BROTA**

Constatamos que a procedência dos turistas entrevistados é, em sua maioria, dos grandes centros urbanos do Estado de São Paulo (Regiões Metropolitanas de São Paulo [52%] e de Campinas [18%]) e de cidades médias da região de Brotas (13%), sendo que, isolando a cidade de São Paulo do restante da Região Metropolitana de São Paulo, temos que o número mais significativo de turistas é proveniente desta cidade especificamente, como nos mostra o quadro 26:

**QUADRO 26 – ORIGEM DOS TURISTAS ENTREVISTADOS**

Cidade de São Paulo	17 (37%)
Região Metropolitana de São Paulo	07 (15%)
Região Metropolitana de Campinas	08 (18%)
Região de Brotas	06 (13%)
Outras Regiões do Estado de São Paulo	06 (13%)
Outros Estados	02 (4%) - Maringá e Curitiba (PR)
<b>TOTAL</b>	<b>46 (100%)</b>

As respostas contidas no quadro 26 mostram a força da necessidade criada pelos moradores dos grandes centros urbanos de sair de seu espaço cotidiano, necessidade



reforçada, como veremos adiante, pela publicidade turística, que incentiva o contato com os espaços naturais e sugere se distanciar dos espaços urbanos, como uma forma de se recuperar para retornar ao trabalho ao fim do feriado ou das férias, denotando um controle do tempo livre do trabalhador pela lógica do mercado, no momento em que o tempo livre passa a ser pensado estrategicamente. Por isso, a natureza é fetichizada a partir dos ideais românticos, com o intuito de atribuir a ela a noção de uma harmonia com o mundo, em contraposição ao caos da vida nas cidades. Muitos atribuíram à tranqüilidade o motivo de estar em Brotas, como vemos no quadro 27:

**QUADRO 27: FATOR DE ATRAÇÃO DOS TURISTAS ENTREVISTADOS PARA BROTAS**

Não respondeu	04 (9%)
Esportes de Aventura	14 (30%)
Cachoeiras/Rios	18 (40%)
Tranqüilidade	08 (17%)
Visitar parentes/amigos	02 (4%)
<b>TOTAL</b>	<b>46 (100%)</b>

Este quadro confirma assim que o turismo de aventura tornou-se muito importante para Brotas. Contudo, vemos nesta atividade mais uma forma de uso dos espaços naturais que propriamente uma atividade independente do ecoturismo. Os esportes de aventura surgem também como parte de uma representação dos espaços naturais que lhes atribuem uma imagem de espaços selvagens e exóticos, por se encontrarem supostamente fora da dinâmica racionalista de organização do espaço, assim como o eram os espaços naturais para os cientistas naturalistas do fim do século XIX, que organizavam expedições para estas regiões. Estes espaços tornaram-se assim símbolo dos espaços idealizados pelos naturalistas, que seriam agora apropriados para o mesmo fim. Por isso, muitas agências denominam seus passeios de expedições, vendendo-os como tal. Esta preferência em experienciar os espaços naturais a partir dos esportes de aventura, que justifica o grande número de entrevistados que responderam colocando-os como principal fator de atração, pode ser explicado pela faixa etária dos entrevistados no quadro 28:

**QUADRO 28: FAIXA ETÁRIA DOS ENTREVISTADOS**

15-20	03 (7%)
21-25	11 (23%)
26-30	05 (11%)
31-35	07 (15%)
36-40	04 (9%)
41-45	04 (9%)
46-50	06 (13%)
51-55	01 (2%)
56-60	00
Acima de 60	05 (11%)
TOTAL	46 (100%)

A faixa etária de maior predominância encontra-se entre 21 e 25 anos, representada por 23%, sendo que, segundo as agências de turismo, há uma predominância desta faixa etária entre os que praticam estes esportes. Isto explica muito das razões da escolha de Brotas como local turístico estar relacionada aos esportes de aventura. E explica também os motivos pelos quais toda publicidade turística inclui, juntamente com as imagens e discursos que fetichizam a natureza, fotos de turistas praticando esportes.

Mesmo assim, a parte mais significativa dos entrevistados mostrou-se interessada nas cachoeiras e rios quando da escolha de Brotas. Os elementos da natureza são fetichizados pelo turismo por estes simbolizarem os ideais ambientalistas transformados em imagens em benefício da atividade turística, ganhando uma nova representação. Esta imagem vendida faz com que os espaços naturais tenham que ser transformados a ponto de corresponderem a esta representação. Isto justifica porque a maior parte dos entrevistados não se diz surpresa com o que encontrou em Brotas (quadro 29), mesmo tendo em vista que a maior parte, também, nunca esteve em Brotas antes (quadro 30).

#### QUADRO 29: CORRESPONDÊNCIA DA EXPECTATIVA DOS TURISTAS

Correspondeu ao que esperava encontrar	30 (65%)
Não correspondeu	09 (20%)
Não respondeu	07 (15%)
TOTAL	46 (100%)

A expectativa diante do que encontrariam em Brotas correspondeu ao esperado para a maioria dos turistas entrevistados. A maioria dos entrevistados nunca esteve em Brotas antes. Entre estes estão os que apontaram fatores negativos em relação ao que esperava encontrar. Fatores como a distância da maioria dos serviços turísticos e entre os atrativos e o alto preço dos serviços são apontados como negativos dentro do que esperavam encontrar. Alguns não responderam porque disseram não ter nenhuma expectativa ou porque não conheceram tudo que queriam conhecer ainda. A parte mais significativa imaginava espaços mais selvagens em Brotas. Alguns disseram não esperar um local tão civilizado. Alguns ainda reclamaram da falta de restaurantes e diversão noturna. Mas a racionalização dos espaços naturais foi percebida como fator negativo predominante entre os que não encontraram correspondência entre o que esperavam encontrar e o que encontraram em Brotas. Estes imaginavam os espaços naturais de Brotas muito pouco racionalizados, em sua grande maioria. A sensação de estar próximo aos espaços naturais os agradava, pela sensação de estar distante dos problemas cotidianos e simultaneamente pela sensação de aventura, apesar da presença de toda infra-estrutura que garante a segurança dos turistas, e, também, pela necessidade de conhecer estes espaços para melhor compreendê-los, pela necessidade de pensar sua conservação. Quanto aos turistas que já estiveram em Brotas antes (quadro 30), muitos se mostraram surpresos com o aumento no número de estabelecimentos de serviços turísticos, como agências e hotéis, e pelo aumento no número de turistas, mas não se surpreenderam com este fato. Assim, as marcas na paisagem deixadas pela atividade turística causam uma nova impressão nos turistas que já estiveram a mais tempo em Brotas. Nos diziam que antes, Brotas não era tão turística. Podemos dizer assim que estes perceberam esta apropriação do espaço pela atividade turística evoluindo. Nos diziam que alguns anos antes a atividade turística não envolvia

tanto o município. Fato este que os moradores de Brotas também concordam ao afirmarem que agora tudo tem que ser feito pensando nos turistas, qualquer modificação do trânsito ou mudança na arquitetura dos prédios e construções.

### QUADRO 30: TURISTAS QUE JÁ ESTIVERAM EM BROTAS

Nunca	24 (52%)
A menos de um ano	12 (26%)
Entre um e cinco anos	04 (9%)
A mais de cinco anos	06 (13%)
TOTAL	46 (100%)

Segundo o quadro 30, a maior parte dos turistas entrevistados nunca esteve em Brotas antes. Este fato nos possibilitou analisar como a representação construída pela publicidade turística interfere na escolha da cidade e como se caracteriza esta representação. Alguns destes não acreditavam que em Brotas houvesse uma cidade 'comum', com bancos, comércio não turístico etc. Outros se decepcionaram por não encontrar tudo totalmente tomado pela natureza e que estes atrativos estivessem tão distantes entre si e dos hotéis e pousadas, localizados predominantemente na cidade. O fato de tudo ter um preço também incomodou os turistas. O que reforça o fato de que a representação vendida de liberdade do cotidiano e de ausência de racionalidade, não condiz com a proposta da atividade turística. A extrema dependência dos serviços turísticos oferecidos pelas agências de turismo, principalmente, também incomoda alguns turistas, que preferiam não depender tanto destas.

Conversando com os turistas, descobrimos que a grande maioria procura estes atrativos como forma de aliviar alguma coisa presente em seu cotidiano nas grandes cidades, o que reforça a idéia de que a fetichização de Brotas ganha força, pois, de uma maneira geral, estes elementos, como dissemos anteriormente, estão presentes em vários municípios da região que estão localizados na cuesta arenítica-basáltica, cuja procura para esta finalidade é muito menor. Isto, devido à ausência de 'estrutura', segundo os turistas. Estrutura que em seu entender significa serviços turísticos como hotéis, restaurantes, agências de turismo, guias, pontes, escadas etc.

Notamos assim, que há uma extrema dependência dos serviços turísticos como forma de realização das vontades idealizadas pela publicidade turística. Compra-se uma representação dos lugares que não se encontra, senão fetichizadas, mas também, a comodidade oferecida não pode ser descartada. Há assim um paradoxo. De um lado, o turista procura a liberdade romântica e a realização de façanhas inspiradas nos naturalistas do final do século XIX. De outro, este mesmo fetiche representa sua prisão, a prisão a um modo de vida idealizado pelo pensamento racionalista. Entendemos que a confluência destes ideais, por si só, já representa um paradoxo. Pois não há nada tão racionalista como um objeto ou espaço mercantilizado. Ou seja, não há nada tão racionalista quanto uma apropriação de objetos e espaços. Mesmo sendo este objeto ou espaço mercantilizado símbolo de algo tão contrário à sua própria racionalização, como é a natureza para os românticos e naturalistas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo é apresentado constantemente como uma forma de trazer desenvolvimento econômico sem causar degradação da natureza. Porém, o simples fato de ser fetichizada já causa uma perda de sua naturalidade ou, como afirma Lefebvre (1991: 17), “a natureza, ou aquilo que é tido como tal, aquilo que sobrevive, torna-se o gueto dos lugares, o lugar separado do gozo, a aposentadoria da criatividade”. Isto ocorre justamente por haver uma fetichização (ou até chegar uma espetacularização) de tudo o que representa a natureza. Fetichização que se dá através da incorporação dos ideais românticos e naturalistas, condensados no discurso ambientalista, que transmite uma falsa idéia em relação aos espaços naturais. Ao transformar a natureza em mercadoria, a sociedade capitalista incorpora os espaços naturais ao seu espaço racionalizado, pois estes passam a ter uma função mercantil, o de servir a um propósito capitalista, que contribui na mercantilização, por sua vez, do tempo livre.

A natureza, símbolo da essência do homem e de sua liberdade é transformada em mercadoria e, os espaços naturais, símbolo das lutas ambientalistas que propagam os ideais do romantismo e naturalismo, passam a ser passíveis de apropriação pela atividade turística, através principalmente, da transformação de sua representação cuja publicidade transforma em imagens para serem comercializadas, transformando os bens de consumo em *álibi*, permitindo que estes sejam vistos como bens de consumo necessários e, portanto, livres dos crivos negativos que emergem na sociedade capitalista contra os malefícios dela mesma, uma estratégia identificada por Baudrillard (1989) e aplicada por todas as atividades econômicas, ou seja, a de parecer o menos possível uma atividade econômica, utilizando-se de algum *álibi* para legitimar suas ações.

Assim, como identificamos neste estudo de Brotas, ao ganharem uma função mercantil, ao serem incorporados ao espaço racionalizado do mundo capitalista estes espaços naturais perdem, justamente, a finalidade estipulada pelos ideais naturalistas e românticos que servem ao turismo como *álibi*. Ou seja, ao ser fetichizada, ao entrar para o mundo das mercadorias, a natureza perde justamente a característica que a transformou em mercadoria, ou seja, deixa de pertencer a um espaço não racionalizado e livre das leis de mercado que condiciona a humanidade. Deixa de pertencer, justamente, a um espaço

idealizado pelos românticos e naturalistas do fim do século XIX, perdendo suas atribuições simbólicas e subjetivas que agora são utilizadas para sua fetichização, e passa a fazer parte do mundo racionalizado da produção e consumo.

A fetichização da natureza ou, seu estágio mais avançado, a espetacularização da natureza resulta numa apropriação dos espaços naturais determinada pelos agentes da atividade turística. No caso de Brotas, esta apropriação se faz presente na introdução de objetos que tendem a refazer a história do município, principalmente, através do condicionamento de sua população às práticas pró-turismo.

O estudo de caso de Brotas fez-se, assim, extremamente rico pelo fato de apresentar este processo de apropriação pela atividade turística, intermediada pela fetichização da natureza, em seus princípios. Isto nos possibilitou identificar todas as implicâncias sócio-espaciais da atividade turística em seu momento de consolidação, momento em que as relações políticas em torno desta atividade ainda não estão nítidas pelo fato de estarem ainda em negociação. Como dissemos no trabalho, as diretrizes que devem determinar os rumos desta atividade ainda estão em negociação. As leis ainda fazem-se simples e passíveis de mudanças. Associações que representam as classes envolvidas ainda se encontram em fase de construção. Algumas evidências da apropriação da atividade turística fazem-se nítidas. Outras não.

Os *habitus*, cuja hipótese conclusiva levantada por nós os torna passíveis de transformação diante da introdução de uma nova dinâmica econômica como o turismo, responsável por transformações espaciais simbólicas e materiais tão profundas a ponto de ser apontado como sendo o grande promotor da espetacularização dos espaços, ainda não denotam qualquer transformação. Assim como o modo de vida da população de Brotas, de uma maneira geral.

Diante da apropriação da atividade turística dos espaços naturais, novos usos são dados a estes que se deslocam de sua dinâmica histórica, diretamente associada à dinâmica histórica local, e são alojadas no mundo das mercadorias, se transformando, na abordagem de Marx (1980), numa forma misteriosa que está ligada a uma tendência global que desliga a natureza das relações historicamente estabelecidas com o homem. Isto, apesar do apelo da publicidade turística que a vende apoiada num reencontro entre ambos, perdida quando da

hegemonia do racionalismo, construindo uma representação desta apoiada nos ideais naturalistas e românticos.

Contudo, podemos dizer que, em Brotas, todos os espaços naturais já estão em uma etapa de fetichização muito avançada. E os avanços da fetichização do município já se mostram evidentes. Novos elementos são incluídos na paisagem ano a ano, com a instalação de novos estabelecimentos de serviços, demonstrando a materialização e o sentido da apropriação do espaço pelo turismo. O município tende assim a ajustar-se a esta apropriação e, conforme constatado, há um senso comum que facilita este processo, desenvolvido a partir do discurso que torna os sujeitos deste espaço submissos ao capital. A geração de renda e empregos, a princípio extremamente insignificante, é apresentada nos discursos como uma possibilidade futura. Assim como os benefícios desta atividade, cujo discurso ambientalista é ricamente expressivo, ao condicionar o futuro do homem à preservação da natureza. Temos, assim, uma aceitação desta atividade que não corresponde ao que a ela legitima, senão em um período futuro. A população de Brotas vê-se, assim, como responsável por esta condição futura, ao ter em seu território espaços naturais que por um acaso não foram destruídos em tempos passados, e que foram valorizados pela sociedade ocidental moderna, a partir do movimento ambientalista.

A descrição da paisagem nos permitiu fazer uma análise do estágio e forma de apropriação da atividade turística no município de Brotas. Vimos que a apropriação dos espaços naturais, especialmente, denotaria neste caso uma valorização do espaço rural, determinando uma nova lógica na apropriação dos espaços naturais e uma nova determinação de seu uso, que se desligaria de seu desenvolvimento histórico e passaria a ser determinada pela atividade turística. Chegamos à conclusão, que os espaços naturais atingiram o estágio da espetacularização (conforme constatamos em Ouriques [2005]). A apropriação do espaço urbano pela atividade turística se dá de forma isolada, em alguns pontos da cidade de Brotas, valorizando estes espaços e determinando uma nova lógica de desenvolvimento destes locais, não mais determinado pela lógica de produção tradicional no município, mas com a objetividade de abrigar os serviços turísticos. Contudo, o avanço desta apropriação nos parece determinado a ser ilimitado, tendo em vista uma inclusão cada vez maior no planejamento urbano no plano governamental de propostas pró-turismo em todas as esferas de ação da administração pública.



Consideramos, assim, que a atividade turística ganha um papel de apropriação dos espaços que tende a transformar todos os elementos do território apropriado em mercadoria, através da fetichização de elementos que tem que ter sua representação na sociedade modificada. O instrumento principal deste processo de construção de representações é a publicidade que, através da manipulação de imagens, tem o poder de associar todo e qualquer objeto a ideais historicamente construídos, deixando os serviços turísticos, razão de existir desta atividade, na falsa condição de um simples *álibi*.

No entanto, percebemos que esta estratégia não é infalível. Aliás, pode apresentar-se como o seu grande destruidor, principalmente quando as imagens espaciais vendidas pela publicidade turística não se mostrarem verdadeiras no momento da experiencição dos espaços que são vendidos pelos turistas e não se mostram verdadeiras para os moradores dos espaços receptores. Fato este percebido por nós através das entrevistas com moradores e turistas onde alguns percebem um pouco esta possível condição.

Concluimos assim que a atividade turística não se desenvolverá apenas pela simples justificativa de oferecer renda e empregos aos moradores das localidades receptoras e nem ao oferecer ideais impossíveis em tempos atuais sem uma mudança da estrutura social visto que a materialização dos ideais naturalistas e românticos apenas ocorreria através do enfraquecimento dos ideais racionalistas que determinam a evolução do mundo ocidental moderno desde o Século da Luzes, fato que não se dará através da simples manipulação de imagens e construção de discursos para estimular os turistas.

Esperamos assim ter contribuído com o estudo do desenvolvimento do turismo em Brotas e estar oferecendo uma ferramenta importante aos agenciadores deste, assim como aos administradores públicos das localidades turísticas e, mais especificamente, de Brotas. Também esperamos estar contribuindo para a evolução do estudo do turismo no âmbito da Geografia e outras ciências envolvidas com esta temática.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMORIN FILHO, Oswaldo Bueno. A Formação do conceito de paisagem geográfica: os fundamentos clássicos. In: **Paisagem e arte : a invenção da natureza, a evolução do olhar** . São Paulo: H. Angotti Salgueiro, p.123-138, 2000.

BAILLY, A. **La organización urbana. Teorías y modelos**. IEAL: Nuevo Urbanismo, nº 28. Madrid, 1978.

BARROS FILHO, Clóvis de. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa/Portugal: Edições70, 2003.

\_\_\_\_\_. **O sistema dos objetos**. Tradução: Zulmira Ribeiro Tavares. São Paulo: Perspectiva, 1989.

\_\_\_\_\_. **Para uma crítica da economia política dos signos**. Tradução: Aníbal Alves. Lisboa: Edições 70, 1981.

BECKER, Bertha. **Políticas e planejamento do turismo no Brasil**. In: Caderno Virtual de Turismo: Instituto Virtual de Turismo (IVT). Rio de Janeiro, 1995.

BENKO, Georges. **Economia, espaço e globalização: na aurora do século XXI**. Tradução: Antônio de Pádua Danesi - 3ª edição. São Paulo: HUCITEC/Annablume, 2002.

BERNARDES, Júlia A. & FERREIRA, Francisco P. de M. **Sociedade e natureza**. In: **A questão ambiental: diferentes abordagens**. Organizadores: Sandra B. da Cunha & Antônio J. T. Guerra. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

BERQUE, Augustin. Paisagem-Marca, Paisagem-Matriz: Elementos da Problemática para uma Geografia Cultural. In: **Paisagem, Tempo e Cultura**. Organizadores: Roberto Lobato Correa, Zeny Rosendhal. EdUERJ, Rio de Janeiro, p. 84-90, 1998.

\_\_\_\_\_. **Mediance: de milieux em paysages**. Montpellier: Reclus, 1990.

BEZERRA, Márcia M. de Oliveira. **Turismo e financiamento: o caso brasileiro a luz das experiências internacionais**. Tese de doutorado. Universidade de Campinas. Instituto de Economia. Campinas/SP, 2002.

BLEY, L. Geografia na pintura da paisagem. In: **Paisagem e arte : a invenção da natureza, a evolução do olhar** . São Paulo: H. Angotti Salgueiro, 143-146, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. Ed. Perspectiva, São Paulo, 5ª edição, 2001.

\_\_\_\_\_. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas: Papyrus, 3ª ed, 1994.

\_\_\_\_\_. **Gostos de classe e estilos de vida**. Ática, São Paulo, 1983. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, no. 39).

**BRASIL: Censos agrícolas de 1950/1960.**

**BRASIL: Censos agropecuários de 1970/80/1985.**

**BRASIL. IBGE. Censos demográficos de 1940/50/60/70/80/91/2000.**

**BRASIL. IBGE. Censos Industriais de 1970/80/1985.**

**BRASIL. IBGE: Contagem da população. 1996.**

BRASIL. IBGE: **Contagem da população**. 2001-3.

BRASIL. Ministério do Trabalho. **RAIS**. Brasília, 2004.

CANO, Wilson. **Raízes da concentração industrial em São Paulo**. São Paulo: Hucitec, 1990.

CASTRO, Iná Elias de. Paisagem e Turismo. De estética, nostalgia e política. In: **Turismo e Paisagem**. Organizador: Eduardo Yázigi. São Paulo: Contexto, 2002. P.121-140.

CLAVAL, Paul. **A Geografia Cultural**. Ed. Da UFSC, Florianópolis, 2001.

COSGROVE, D. A. **Em direção a Uma Geografia Cultural Radical: Problemas da Teoria**. In: Revista Espaço e Cultura. Rio de Janeiro: UERJ/NEPEC, nº05, p. 5-71 Jan/Junho de 1998.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. As paisagens artificiais criadas pelo turismo. In: **Turismo e paisagem**. Organizador: Eduardo Yázigi. São Paulo: Hucitec, 2002, p. 107-119.

DIEGUES, A. Carlos S. **O mito moderno da natureza intocada**. São Paulo: NUPAUB, 1994.

DURKHEIM, Émile. **Sociologia e filosofia**. Tradução de J. M. de Toledo Camargo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1996.

DUTRA, Luiz H. de Araújo. **Realismo, empirismo e naturalismo: o naturalismo nas filosofias de Boyd e Van Fraassen**. Campinas, 1993.

FERREIRA, Leila da Costa. **A questão ambiental: sustentabilidade e políticas públicas no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2003.

GIOMETTI, Analúcia B. dos Reis. **Município de Torrinha: ocupação territorial e desenvolvimento socioeconômico do século XVIII ao XX.** Torrinha/SP. Prefeitura Municipal de Torrinha, 1999.

GOMES, Paulo César da Costa. **Geografia e Modernidade.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.

HOLZER, Werther. **A geografia humanista: sua trajetória de 1950 a 1990.** Rio de Janeiro: UFRJ, 1992 (Dissertação de Mestrado).

KOZEL, Salete. As representações no geográfico. In: **Elementos de epistemologia da Geografia contemporânea.** Organizadores: MENDONÇA, F. & KOZEL, Salete, Curitiba, UFPR, 2002, P.215-232.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LEME, M. A. Vanzolini da S. **O impacto da teoria das relações sociais.** In: **O conhecimento no cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia social.** SPINK, M. Jane (organizadora), São Paulo, 1ª edição, ed. Brasiliense, 1993, P. 46-57.

LUCHIARI, M. Tereza D. P. **O lugar no mundo contemporâneo: turismo e urbanização em Ubatuba/SP.** Tese de doutorado. Universidade de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, 1999.

MAIER, M. H. **Geocologia, hidrografia, hidrquímica, clima e processos altrópicos da bacia do rio Jacaré-Pepira (SP).** Tese de doutorado. São Carlos: UFSCAR, 1983.

MARX, Karl. **O Capital: crítica da economia política**. Livro 1º: O processo de produção do capital. Tradução de Reginaldo Sant'anna. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, p. 79-93, 1980.

MONBEIG, Pierre. **Pioneiros e Fazendeiros de São Paulo**. São Paulo: Hucitec-Pólis, 1998.

MORAES, Antônio C. R. **Capitalismo, geografia e meio ambiente**. Tese de livre docência. Universidade de São Paulo. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. São Paulo, 2000.

NETTO, J. Paulo. **Capitalismo e reificação**. São Paulo: Ciências Humanas, 1981.

OMT. **Tendências Del mercado turístico – Lãs Américas**. Organização Mundial do Turismo. Madrid, 1999.

OMT. **Mercados emissores de turismo**. Organização Mundial do Turismo. Madrid, 1999.

OURIQUES, Helton Ricardo. **A produção do turismo: fetichismo e dependência**. Santa Catarina: Alínea, 2005.

PIRES, Paulo dos Santos. **Ecoturismo no Brasil: uma abordagem histórica e conceitual na perspectiva ambientalista**. Tese (doutorado). Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. São Paulo, 1998.

RAMOS, A.; BUSSAB, L.; SOUZA, M. de & SANSONI, S.. **Brotas: Cotidiano e História**. Brotas/SP: Prefeitura Municipal de Brotas, 1996.

RODRIGUES, Arlete Moysés. **Reflexões sobre a produção e consumo do e no espaço: (re)leituras do território**. Tese de Livre Docência. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, 1977.

\_\_\_\_\_. A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental. In: **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. Eduardo Yázigi, Ana Fani Alessandri Carlos, Rita de Cássia Ariza da Cruz (organizadores). São Paulo: Hucitec, p. 55-62, 1999.

RODRIGUES, Gelze Serrat S. C. **A Geografia das Representações: Um Estudo das Paisagens do Parque Nacional da Serra da Canastra/MG**. In: Revista Geosp – Espaço e Tempo. São Paulo, nº 11, pp.69-84, 2002.

ROSSET, Clement. **Anti-natureza: elementos para uma filosofia trágica**. Tradução de Getúlio Puell. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1989.

SÁ, C. Pereira de. Representações Sociais: o conceito e o estado atual da teoria. In: **O conhecimento no cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia social**. Organizadora: SPINK, M. Jane. São Paulo, 1ª edição, ed. Brasiliense, 1993, P.19-45.

SILVA. Armando Corrêa da. **O Litoral Norte do Estado de São Paulo (formação de uma área periférica)**. Tese de doutorado. Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. São Paulo, 1975.

SILVEIRA, Marcos A. T. da. **Turismo e natureza: Serra do Mar no Paraná**. Dissertação de mestrado. Universidade de São Paulo. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. São Paulo, 1992.

TROLL, C. **A Paisagem Geográfica e Sua Investigação**. In: Revista Espaço e Cultura. Organizadores: R. L. Corrêa & Z. Rosendhal. Rio de Janeiro: UERJ/NEPEC, nº4, p. 1-7, Junho/1997.

TROPPEMAIER, Helmut. **Geossistemas e geossistemas paulistas**. Rio Claro: UNESP, 2000.

YÁZIGI, Eduardo. A importância da paisagem. In: **Turismo e Paisagem**. Eduardo Yázigi (organização). São Paulo: Contexto, 2002.

**BIBLIOGRAFIA ELETRÔNICA:**

[www.brotas.sp.gov.br](http://www.brotas.sp.gov.br) - acessado em 12/2004.

[www.brotasonline.com.br](http://www.brotasonline.com.br) - acessado em 12/2004.

[www.embratur.gov.br/conteudo/ver.asp?conteudoId=2616&id=167](http://www.embratur.gov.br/conteudo/ver.asp?conteudoId=2616&id=167) - acessado em 12/2004.

[www.mtb.gov.br/Menu/Estatisticas/PDET](http://www.mtb.gov.br/Menu/Estatisticas/PDET) - acessado em 12/2004.