

M. T. Coriolano, Luzia Neide. **Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios.** *En publicación: América Latina: cidade, campo e turismo. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo. Diciembre 2006.*

ISBN 978-987-1183-64-7

Disponible en la World Wide Web: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/21coriol.pdf>

www.clacso.org

RED DE BIBLIOTECAS VIRTUALES DE CIENCIAS SOCIALES DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE, DE LA RED DE CENTROS MIEMBROS DE CLACSO

<http://www.clacso.org.ar/biblioteca>

biblioteca@clacso.edu.ar

LUZIA NEIDE M. T. CORIOLANO*

TURISMO: PRÁTICA SOCIAL DE APROPRIAÇÃO E DE DOMINAÇÃO DE TERRITÓRIOS

INTRODUÇÃO

Este texto apresenta uma análise do uso do espaço para o turismo a partir das contradições e das relações do poder na apropriação do território para o uso turístico. Verifica, a partir do turismo, como ocorrem as novas configurações geográficas definidas pelas estratégias políticas dos governos, operacionalizadas pelas políticas públicas para implantação de infra-estruturas. Analisa como a política empresarial, especulando o litoral, implanta *resorts* e como se dão as formas de resistências dos residentes criando o turismo comunitário. Pesquisar as relações de poder na produção do espaço turístico implica necessariamente compreender o espaço como algo socialmente produzido que expressa as contradições do modo de produção capitalista ou as contradições do espaço-mercadoria.

* Professora Doutora da Universidade Estadual do Ceará e Faculdade Grande Fortaleza, Brasil.

TURISMO: COMPREENSÃO E DESENVOLVIMENTO

O turismo, uma atividade produtiva moderna, reproduz a organização desigual e combinada dos territórios capitalistas, sendo absorvido com maneiras diferenciadas pelas culturas e modos de produção locais. Dentro da nova dinâmica da acumulação capitalista, responde às crises globais e ampliadas do capital mundial, submetendo diretamente o Estado em favor do mercado, embora e aos poucos, a sociedade civil de vários lugares descubra estratégias de beneficiar-se economicamente com ele, ou a partir dele.

Como serviço de suporte à recuperação do trabalho humano, possibilita o avanço da exploração do trabalho industrial, comercial e financeiro, nos diversos mercados internacionais. É o lazer de viagem, elitizado, transformado em mercadoria, invenção da sociedade de consumo. Forja respostas às necessidades humanas, mas atende especialmente ao capital. É um fenômeno próprio das classes ricas que podem comprar lazer. Atinge todos os continentes e a muitos lugares periféricos, estendendo seu raio de ação aos lugares tidos como subdesenvolvidos e às classes pobres, que passaram não a usufruir, mas a produzir serviços turísticos, pois a injustiça e a desigualdade social não foram eliminadas, são marcas do capitalismo.

Enquanto prática social é também econômica, política, cultural e educativa, envolvendo relações sociais e de poder entre residentes e turistas, produtores e consumidores. O turismo é simultaneamente ócio e trabalho, produto do modo de viver contemporâneo, cujos serviços criam formas confortáveis e prazerosas de viver, restritas a poucos.

É possível constatar logísticas globais sob o comando de corporações e bancos internacionais que se sobrepõem à autonomia dos governos estaduais e municipais, redirecionando suas ações para atender interesses globais, embora com especificidades regionais. A riqueza do turismo está na diversidade de caminhos para sua produção e apreensão, nos conflitos e possibilidades de entendimento desse fenômeno. Ele é, a um só tempo, o lugar das estratégias para o capital e das resistências do cotidiano para os habitantes.

O turismo é uma das mais novas modalidades do processo de acumulação, que vem produzindo novas configurações geográficas e materializando o espaço de forma contraditória, pela ação do Estado, das empresas, dos residentes, e dos turistas. Compreender essa dinâmica significa entender as relações produtivas do espaço e o exercício de poder do Estado, das classes empresariais e trabalhadoras em movimento e conflito. O turismo, para se reproduzir, segue a lógica do capital, quando poucos se apropriam dos espaços e dos recursos neles contidos apresentando-os como atrativos transformados em mercadorias.

Esta análise tenta fugir da abordagem estruturalista que considera o espaço objeto rígido, homogêneo, isotrópico, neutro, delimitado por linhas periféricas, localizado, formal, a priori do homem, palco dos acontecimentos e admiti-lo como um processo histórico e dialético resultante das relações sociais de produção. Assim, o espaço geográfico não é suporte nem reflexo da ação da sociedade, mas um produto social. Mostra Santos que:

o espaço reproduz a totalidade social na medida em que essas transformações são determinadas por necessidades sociais, econômicas e políticas. O espaço reproduz-se, ele mesmo, no interior da totalidade, quando evolui em decorrência do modo de produção e de seus movimentos sucessivos e contraditórios (Santos, 1979: 18).

A partir dessa compreensão, o espaço físico em si passa a ser considerado a partir de sua organização e de seu sentido social, criando espacialidades, ou seja, espaços produzidos através das relações de forças e de poder que se estabelecem de forma contraditória, transformando a chamada primeira natureza em segunda natureza. Espaço é, assim, a principal categoria da análise geográfica e nele está contido uma série de outras categorias e conceitos de apoio, tais como: território, lugar, região e paisagem, dentre outras. Enquanto o território é “o resultado histórico do relacionamento da sociedade com o espaço, o qual só pode ser desvendado por meio do estudo de sua gênese e desenvolvimento” (Moraes, 2002: 63). É visto como uma forma de relação de poder que imbrica a soberania, o estado-nação e a fronteira. É o lugar o espaço das resistências, onde se travam as lutas cotidianas, a exploração das forças de trabalho, o fluxo da mais-valia e a reestruturação produtiva da acumulação capitalista. As lutas que antes pareciam apenas das classes sociais ampliam-se e chegam aos lugares. Não apenas as classes lutam por seus interesses antagônicos, mas os espaços, os lugares tornam-se competitivos e ameaçadores, ocorrendo o que Santos (1999) denominou de “guerra dos lugares”. Os espaços vão sendo produzidos diferenciadamente, como forma de subsunção ao capital.

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

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

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

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

TERRITÓRIO TURÍSTICO: DOMINADOS OU APREENDIDOS?

Muitos territórios passam a ser dominados pelo turismo por oferecer atrativos para a demanda e aos gestores e operadores turísticos oportunidade para alocarem seus investimentos e retirarem mais-valia dos espaços, do trabalho humano. Os territórios são meios e produtos das relações de força e de poder produzidas para e pelo turismo, que se estabelecem de forma contraditória e articulada entre o lugar, a nação e o mundo.

O turismo materializa-se na lógica da diferenciação histórica e geográfica dos lugares e das regiões. É pertinente ao local tanto quanto ao mundial, pois domina as relações sociais históricas em função de mudanças e reestruturação dos espaços, aproveitando os recursos

locais. Transfere o valor dos patrimônios culturais, das cidades, dos lugares e da população local para os turistas, enquanto objeto do olhar, do prazer e de desejo. Em função do turismo e do consumo dos espaços são produzidas diversas formas estruturais de paisagens e de negócios. No tempo em que os processos históricos seriam inoperantes, a técnica utilizada proporciona agilidade e capacidade de organização territorial. Para cada modalidade de turismo existe uma demanda espacial. Aproveitam-se áreas de montanha, de sertão e litoral, áreas urbanas e rurais, metrópoles e cidades históricas, inclusive os desertos e os enclaves.

Com o turismo, novos processos concentram ou distribuem renda, aumentam ou diminuem as formas de exploração dos trabalhadores, além de entrada ou fuga das divisas. Requer, como toda atividade capitalista, controle governamental e, sobretudo, participação da sociedade. Os equipamentos turísticos (hotéis, restaurantes, agências de viagens, de comunicação) e os ambientes de lazer servem de suporte à mobilização da mão-de-obra globalizada, afinal, estão a serviço da reprodução do capital. Mas a lógica não é perfeita como querem os neoliberais. Sob concorrência oligopolista, os investidores sofrem restrições de mega-operadoras internacionais, em função dos altos níveis de concentração e de integração de grandes conglomerados atuantes nos principais mercados emissores. Criam-se, muitas vezes, barreiras à sobrevivência e entrada de novas operadoras e de pequenos destinos turísticos. O turismo produz espaços standardizados e controlados pelas redes mercantis transnacionais que dificultam o crescimento das empresas locais e regionais.

O turismo, enquanto negócio, visa à obtenção de lucros; ao mesmo tempo, desenvolvê-lo implica continuar a distribuição injusta da riqueza. Produz contradição ao se propor ao desenvolvimento local, preservar lugares, e proteger as culturas, obtendo, ao contrário, a transformação do espaço em mercadoria, massificação das culturas, atendendo as necessidades dos que vem de fora em detrimento dos que ali habitam. Apesar de a expectativa principal do turismo ser o lucro e concentrar riqueza e renda, também cria oportunidades de ganhos para os trabalhadores e os lugares mais pobres. Assim, na contradição de que destrói e beneficia, o turismo pode ser visto positivamente tal como na perspectiva da tese, que ao incorporar a antítese, o seu “contraponto”, transforma-se em síntese, ponto e novamente contraposição da posição, marcando o processo evolutivo da sociedade.

Como positivo, trouxe, em alguns casos, a descoberta comunitária de um outro turismo possível. Diferindo na forma como o turismo é explorado, ou como se dão as relações sociais de produção, que determinam mais ou menos exploração e concentração de renda. As explorações exacerbadas nas relações de trabalho associam-se às relações mais flexíveis e adaptadas aos interesses das comunidades locais. Por

consequente, executivos de *resorts* e ambulantes vendedores de *souvenir* e artesanatos são igualmente trabalhadores no turismo. Ao mesmo tempo em que a tendência de acumulação cresce na maioria dos lugares e na maior parte dos negócios turísticos, inclusive no Brasil e no Ceará, emergem ricas experiências voltadas para menor exploração do trabalho, com melhores ganhos para os trabalhadores, além dos capitalistas, distribuindo melhor os resultados do trabalho social e fazendo valer os valores comunitários.

O modelo fordista massificou a cultura, a escola, a comunicação; também tornou maciço o turismo, cuja superação requereu a estratégia de fusões/aquisições, formação de conglomerados e de oligopólios dominantes, organizando a produção de forma flexível quanto ao trabalho e aos lugares. A crise do turismo fordista, porém, produziu o turismo flexível, voltado às individualidades, com alto nível de qualidade, profissionalismo e competência, e de altos custos, que seriam reduzidos quando adaptados às condições comunitárias, locais e regionais.

O TURISMO ALTERNATIVO: RESISTÊNCIAS ENTRE O DISCURSO E AS PRÁTICAS

O discurso sobre o turismo é situado como opção para o desenvolvimento dos países, estados e municípios. Mas, na prática, é uma super-estimação de seu desempenho, criando falsas expectativas, sem possibilidades de solução aos problemas sociais e ambientais existentes. Pois não desenvolveu as regiões pobres, nem distribuiu a riqueza do País, além de não consolidar territórios, apenas organizar outros. Acrescentou problemas onde foi tratado como política para atender a acumulação capitalista em detrimento das necessidades básicas dos trabalhadores locais. Transformou o espaço local em mercadoria global, desvalorizando o uso pela troca.

As práticas sociais e políticas dos governos e dos grandes empresários primeiro conflitaram depois coincidiram com as das comunidades e dos pequenos empreendedores. Os focos de interesses específicos, a princípio divergentes –para os primeiros, o centro é a acumulação de capital e para os outros o enfoque é humanista– foram redirecionados para a solidariedade entre povos e lugares. É certo que não na maioria dos lugares e territórios, mas a minoria mostrou que é possível e viável atender a interesses múltiplos.

Idéias dominantes foram divulgadas até a formação de um discurso coletivo e quase todos os lugares passaram a afirmar ser o turismo gerador de emprego e renda. Constatou-se na prática que o discurso, de que todos ganham com o turismo, é superficial, pois mascara contradições e as diversas formas de exploração do trabalho que, às vezes, acirram as contradições entre o capital e o trabalho. Alguns estados

brasileiros, em particular o Ceará, vêm servindo como laboratório dessa dialética expressa nos discursos e práticas sobre o turismo, que opõe a percepção de mundo oficial e de mercado àquela visão humanista e comunitária. Os governos propalam o discurso do mercado neoliberal, ao afirmar ser o turismo o caminho para o desenvolvimento; de que é o caminho certo, pois não há outro; e que os obstáculos serão vencidos; omitindo-se da missão com que foi criado, de regular o mercado.

O que se esperava do Estado democrático era a interlocução das críticas, sem ceder, facilmente, aos pontos de vista da classe dominante. Ao incorporar em seus discursos a idéia de comunidade e de inclusão social, o faz para se legitimar, mais que isso, para cooptar os movimentos e as resistências sociais, posicionando-se pelas minorias dominantes, ao contrário do que se esperava de ser a favor da maioria excluída.

As sociedades sem capacidade crítica para perceber a falácia do discurso governamental submeteram-se à ação estatal de construção de uma forma de turismo segregado, aquele que impede o turista de conhecer de fato o local que visita. Estados neoliberais se comprometem com o turismo internacional, esperando a entrada de divisas, sem verificar seus resultados sobre as “exclusões sociais”, pois, na prática, as formas de se obter emprego e renda que garantam a grande maioria da população são poucas. Muitos acreditaram no discurso da atividade ser introduzida nos países periféricos como alternativa de oferta de emprego e renda, e isso virou um mito. Aqueles que ainda não se inseriram nos roteiros lutam para sua inclusão. O planejamento, a administração, as políticas e as gestões tão solicitadas no turismo não foram suficientes para superar as crises. Afinal, o cerne da questão não está nessas ausências, mas nos conteúdos desses instrumentos que são o próprio conteúdo das crises, seja no turismo ou outro setor da sociedade. É preciso superar os problemas das territorialidades turísticas antes de resolver as questões da gestão. Portanto, o caos não está nele próprio, mas no conteúdo que se deu a ele.

As práticas da sociedade civil organizada e das comunidades tomaram duas direções distintas: daqueles que não acreditando no turismo, por acharem superestimadas as possibilidades de extraordinários ganhos pelo setor, e dos que acreditaram e buscaram-no como perspectiva de desenvolvimento e solução para o lugar. Mas o que se constatou foi que o turismo não é diferente de nenhuma atividade capitalista, não é maldição nem benção, é resultado das práticas políticas dos discursos hegemônicos e dos de resistência. Obter sucesso no nível comunitário com o turismo não significa desconhecer a presença do Estado ou da mundialização do capital. Não se trata de desconectar dessas realidades, implica, contudo, em redirecionar a política estatal para os interesses das economias populares, enquanto alternativa de social mais ampla e continuada. O turismo comunitário é uma estratégia de sobre-

vivência, e de entrada daqueles de menores condições econômicas na cadeia produtiva do turismo. Uma forma de turismo que pensa o lugar, a conservação ambiental e a ressignifica a cultural.

Do turismo global, elitizado e de *resorts* emergiu o turismo local e alternativo, voltando-se para os interesses dos residentes, das pequenas pousadas, da valorização e manutenção da identidade local, mesmo que em processo simultâneo de resistência e solidariedade. Nesse processo seletivo de lugares para o turismo, novas contradições emergem, sendo mais comuns os de usos e posse da terra, e por oportunidades de trabalho. Do conflito, porém, surge o turismo alternativo, aquele desenvolvido a partir das comunidades e pelas comunidades, bem como os das favelas, dos índios, dos acampamentos dos *sem-terra*, ou seja, de diversos grupos de excluídos. Todos incluídos na mesma sociedade, no modo de produzir, mudando na forma como cada classe ou grupo se inclui, e como os níveis de conflitos produzem resistências.

Não há como afastar a análise do turismo da valorização do espaço e (ou) do mundo da produção e das contradições do modelo produtivo vigente, mas se podem obter resultados menos desiguais. Os territórios turísticos passam, a um só tempo, por serem dominados (pelo capital) e apropriados (pelos interesses locais e dos trabalhadores). Os lugares, além de pertencerem às estratégias do capital, do espetáculo e do embevecimento dos visitantes, são susceptíveis às resistências dos residentes, apesar de nem todos participarem da luta. A maioria da população local, alienada que está pelo consumo, adapta-se ao sistema de produção capitalista convencional. O turismo é uma prática social que causa divisão interna nas comunidades, mas que demanda tempo para se transformar e obter resultados mais genéricos e sustentados.

O turismo é um lazer especial dirigido às pessoas e grupos que podem consumir viagens, conforme os ditames do capital internacional. As redes de serviços destinadas ao turismo como a da hotelaria, por exemplo, levam em consideração as vantagens de localização representadas pela dotação em riquezas naturais (sol, mar, montanhas) bem como pelo valor do patrimônio cultural e histórico de um país (arquitetura, museus). São esses fatores e também as decisões das multinacionais especializadas que determinam a capacidade de um país receber turistas. As atividades ligadas à indústria do turismo (hotéis, restaurantes, clubes de férias) são intensivas em mão de obra; e é por isso que as multinacionais do setor obtêm consideráveis vantagens por uma localização em países que combinem atrações naturais com mão de obra barata (Chesnais, 1996). As grandes cadeias de hotéis e de restaurantes funcionam como empresas-rede, utilizando o regime de franquia. As multinacionais deixam os franqueadores, seus parceiros subalternos, suportarem todo o peso dos investimentos locais e os imprevistos das flutuações da demanda, além de tudo o que diz respeito aos numerosos

problemas da administração cotidiana da força de trabalho mal remunerada e, por isso, migrante, de forma que consigam menores custos e o máximo de lucro possível.

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

se torna objeto das estratégias que visam impulsionar a acumulação de capital, e, portanto, tende a dominar a prática social. O que amplia o campo de tensões e conflitos, pois o que se encontra em questão é assegurar a produção e a reprodutibilidade das relações sociais de produção fundamentais e essenciais ao capitalismo através da produção do espaço (Martins, 1999: 29).

Ainda na perspectiva de mercadoria, o valor de uso do espaço submeteu-se ao valor de troca, e assim, novas contradições vão aparecendo. O espaço do residente e os espaços dos turistas, o espaço esquecido do cidadão local e o espaço elitizado e luxuoso dos turistas entram em conflito. Lugares lutam entre si para atrair empreendimentos, obedecendo à lógica do capital. Daí ressaltar-se o papel determinante do Estado burguês nesse processo, posicionando-se abertamente a favor das classes dominantes, dos empresários do turismo, dos proprietários de terra, dos agentes imobiliários. Há os que lutam pelo espaço, lugares e territórios e são favoráveis à troca e à acumulação capitalista, e aqueles que resistem com movimentos sociais e urbanos e rurais, às vezes fazendo alianças ou contando com a solidariedade de outros grupos que passaram pelo mesmo processo de resistência à aniquilação, em permanentes conflitos. Nessa luta de interesses conflitivos, distingue-se facilmente a ocupação dos usuários e a dos usurários.

Para Oliveira “as resistências juntas com a capacidade de mudanças são mediadas pelos usos e costumes para determinarem a produção do espaço articulado entre o lugar, o nacional e o global” (Oliveira, 1999: 203). O capital ao transformar o espaço em mercadoria, faz surgir novas atividades econômicas, como o ramo econômico das atividades do lazer e do turismo. O turismo provoca profunda mudança sócio-espacial, redefine as singularidades espaciais além de reorientar os usos. Carlos (1999) reporta-se a Lefebvre a respeito

da contradição entre a abundância relativa de produtos e as novas raridades, mostrando que o turismo e o lazer, ao provocarem essas mudanças, dão novos sentidos aos lugares, levando-os a usos intensivos, tornando-os escassos. A escassez vai tornar a mercadoria-espaço sujeita a especulação pelo valor de troca em detrimento do valor de uso, acirrando os conflitos e as lutas de classe, acionando as relações de poder para deter a propriedade (ou apropriação) desse fator de produção que virou uma mercadoria, ou um bem econômico. A raridade vai se dar não apenas em termos produtivos, de locais propícios à atividade turística, mas porque vai concorrer com espaços e lugares de antigos usos, de moradia e comércio, por exemplo, ou mesmo com o lazer dos moradores do lugar. Oliveira (1999) afirma que no caso da transformação do tempo de ócio em negócio, entra em jogo o que Lefebvre (1976) chama de emergência das novas raridades (a luz, o ar, o espaço e tempo). O que antes era abundante torna-se raridade e entra no circuito das carências tão necessárias à economia política, por isso, objeto de estratégias governamentais e privadas. Assim, o espaço passa a ser raridade, sobretudo, se acompanhado de atributos como “natural”, “verde”, “rural”, “conservado”.

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

As populações residentes nas áreas litorâneas sustentam uma luta de resistência para permanecerem nesses lugares. O avanço da especulação imobiliária tem como estímulo a indução dos investimentos e da infra-estrutura implantada pelo Estado. Várias foram as favelas desmontadas e retiradas das dunas e áreas para serem direcionadas ao turismo, ao lazer e à moradia das classes mais favorecidas, quando aquelas são expulsas para áreas periféricas da Grande Fortaleza. O movimento dos moradores de bairros e favelas foi testemunha de uma trajetória de deslocamentos compulsórios, seguidos de conflitos, às vezes armados e sangrentos, e as comunidades litorâneas cearenses também contam suas lutas com os especuladores imobiliários. A cada necessidade de modernização imposta pela reestruturação produtiva,

sob influência do Estado, a orla marítima de Fortaleza especialmente, e todo o litoral do Estado do Ceará passa por novos usos e apropriações.

Ao defender o turismo enquanto atividade de forte impacto sobre sua economia e, portanto, na geração de riqueza, o Estado retira as populações historicamente assentadas nesses lugares, sob o propósito de que estes lugares estão degradados e agredidos por serem ponto de prostitutas, vendedores e desocupados. A respeito dessas lutas mais recentes pela apropriação das áreas litorâneas de interesse turístico, Silva posiciona-se criticamente quanto à desocupação de uma área nas imediações do Farol Novo, nas dunas da Praia do Futuro. Diz ele:

Se o Estado, através de medidas moralizantes, resolvesse buscar tudo o que é seu, teria que desocupar não só os lotes como este do Farol Novo, deveria reaver porções imensas de nossa cidade, especialmente no litoral. Os ocupantes são certamente, pessoas “ricas” e “respeitáveis”. Ninguém mexe com elas. A cidade tem uma oferta considerável de imóveis vagos. Os pobres, alijados desse mercado, insistem na ocupação nas dunas e várzeas de nossa cidade, lugares únicos de possibilidade de abrigo (Silva, 2001: 37).

Os mais pobres criam alternativas de espaços de usos que cedem as forças de mercado quando são compulsoriamente deslocados. Essa experiência em Fortaleza faz lembrar Lefebvre (*apud* Duarte, 1999: 77), que mostrava duas possibilidades de ação pela manutenção de territórios: A vida programada no e pelo espaço tende a reduzir os “usadores” à passividade e ao silêncio, salvo se eles se revoltam, sua revolta pode e deve levar à apresentação de contra-projetos, de contra-espaços, de reivindicações algumas vezes violentas.

Conclui-se que a produção do espaço é determinada por relações sócio-espaciais e de poder. Que o turismo é uma prática social de apropriação e de dominação de muitos territórios, especialmente nos países tropicais. Que o direito à cidade, ao lazer, ao turismo e ao espaço reclamado pelo filósofo francês, há pelo menos quatro décadas, continua sendo motivação para a luta de muitos no Ceará. Que essas utopias só se concretizam quando essa parcela da população, mantendo relações de poder, possa fazer valer seus direitos para se impor diante dos conflitos e das contradições geradas pelo capitalismo em suas novas formas expressas nos artefatos modernos, dentre eles os de lazer e turismo.

BIBLIOGRAFIA

- Carlos, Ana F. Alessandri 1999 “Novas” contradições do espaço” em Damiani, Amelia Luisa *et al.* (orgs.) *O espaço no fim do século: a nova raridade* (São Paulo: Contexto).
- Chesnais, François 1996 *A mundialização do capital* (São Paulo: Xamã).
- Coriolano, Luzia Neide 2003 *Turismo de inclusão e desenvolvimento local* (Fortaleza: FUNECE).
- Damiani, Amélia Luisa 1999 “As contradições do espaço: da lógica (formal) à (lógica) dialética, a propósito do espaço” em Damiani, Amelia Luisa *et al.* (orgs.) *O espaço no fim do século: a nova raridade* (São Paulo: Contexto).
- Duarte, Cláudio Roberto 1999 “Notas de pesquisa: das contradições do espaço ao espaço vivido em Henri Lefebvre” em Damiani, Amelia Luisa *et al.* (orgs.) *O espaço no fim do século: a nova raridade* (São Paulo: Contexto).
- Lefebvre, Henri 1976 *O direito à cidade* (São Paulo: Moraes).
- Martins, Sérgio 1999 “Crítica à economia política do espaço” em Damiani, Amelia Luisa *et al.* (orgs.) *O espaço no fim do século: a nova raridade* (São Paulo: Contexto).
- Moraes, A. C. R. 2002 *Território e história no Brasil* (São Paulo: Hucitec).
- Oliveira, Carlos Roberto 1999 “Introduzindo o espaço do ócio” em Damiani, Amelia Luisa *et al.* (orgs.) *O espaço no fim do século: a nova raridade* (São Paulo: Contexto).
- Santos, Milton 1979 *Espaço e sociedade* (Petrópolis: Vozes).
- Santos, Milton 1999 “A guerra dos lugares” *Folha de São Paulo*: Caderno Mais 08/08.
- Silva, J. Borzacchiello 2001 *Nas trilhas da cidade* (Fortaleza: Museu do Ceará, Secretaria de Cultura e Desportos).
- Soja, Edward 1993 *Geografias pós-modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica* (Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.).
- Teixeira, Francisco José 1995 *Pensando com Marx* (São Paulo: Ensaio).
- Trindade Júnior, Saint-Clair Cordeiro 1999 “Sujeitos políticos e territorialidades urbanas na centralidade da periferia” em Damiani, Amelia Luisa *et al.* (orgs.) *O espaço no fim do século: a nova raridade* (São Paulo: Contexto).

Impresso no mês de dezembro de 2006
na Cromosete Gráfica e Editora Ltda.
Rua Uhland, 307 – Vila Ema
03283-000 – São Paulo SP – Brasil
Primeira impressão, 1.500 exemplares

Impresso no Brasil