

O Papel do turismo no processo de reprodução do capital: a mercantilização do espaço urbano e suas repercussões.

Considerações Iniciais

O limiar do século XXI aponta para um quadro de profundas transformações, sobretudo econômicas, decorrentes, entre outros fatores, do processo de globalização, aqui entendido como fenômeno ligado à internacionalização da produção. Segundo Carlos (1999, p. 173), isto implica dizer que estamos diante do processo de universalização do capitalismo.

Tal fenômeno produziu não só um crescente e denso fluxo econômico, provocando uma nova ordenação e hierarquização do espaço mundial, mas também novas paisagens, que são estratégicas para a reprodução do capital. No plano mundial e regional, isto implica na mercantilização dos espaços. Inaugurando um movimento que vai do espaço de consumo (condição da produção: distribuição, circulação, troca e consumo), ao consumo do espaço, (condição para a reprodução da vida). (op.cit. p.68). Isso significa dizer que o acesso ao espaço se realiza pela mediação do mercado, acentuando o papel e a força da propriedade do solo.

Dentro deste escopo, o turismo exerce um importante papel a partir do movimento do consumo do espaço que se dá no processo de transformação do uso em troca, ou seja, da mutação do espaço em mercadoria. (op. cit, p.175). É importante dizer que o Espaço enquanto mercadoria se constitui sob a égide da simulação e da mimésis, posto que a produção de representações segue a criação de uma nova atividade econômica - o turismo. Não é por acaso que o turismo assume características de um fenômeno global, com expressões que conferem a esta atividade um papel importante nas análises relativas à produção e ao consumo do espaço, posto que abarca várias dimensões: social, cultural, ambiental e, sobretudo, econômica.

Segundo dados da OMT (2003), o turismo é a atividade empresarial que mais cresce e gera empregos (um em cada nove empregos), além disso, é mais expressivo que o setor de energia, petróleo e informática, uma vez que representa 10% do PIB mundial. De acordo com informações do Banco Central, só no primeiro semestre de 2003, visitantes estrangeiros deixaram no Brasil cerca de US\$ 1,62 bilhão, quantia recorde para o período.

Três anos depois o Brasil encerrou o ano com US\$ 4,316 bilhões. Em 2007 foram cerca de US\$ 4,953 bilhões em entrada de divisas por meio do turismo, superando em 14,76% os US\$ 4,316 bilhões registrados no ano de 2006, considerada até então a melhor marca da série histórica iniciada em 1969. Esses valores, segundo a EMBRATUR, apontam o turismo como o terceiro principal "produto" gerador de divisas para o Brasil, atrás somente da soja e do minério de ferro. Com este forte apelo econômico,

o turismo tem um papel cada vez maior de destaque nas políticas públicas voltadas ao desenvolvimento em todos os níveis.

No ano de 2006 o Ministério do turismo lançou o “Programa de regionalização do turismo”, com o intuito de ampliar e qualificar o mercado de trabalho, dar qualidade ao produto turístico, diversificar a oferta, estruturar os destinos, ampliar o consumo no mercado nacional, aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado internacional, ampliar o consumo turístico no mercado nacional e aumentar o tempo de permanência e gasto médio do turista. Esse programa contou com um planejamento integrado e participativo de gestores no setor público e privado.

Ainda sob o tema políticas públicas para o turismo, merece destaque o PRODETUR/NE - “Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste”, financiado com recursos do BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento). Esse programa tem como Órgão Executor ¹ o Banco do Nordeste. Trata-se de um programa de crédito para o setor público (Estados e Municípios), concebido para: criar condições favoráveis à expansão e o aperfeiçoamento da qualidade da atividade turística na região Nordeste e melhorar a qualidade de vida das populações residentes nas áreas beneficiadas. É importante destacar que a área de abrangência do PRODETUR/NE² abarca, além de nove estados nordestinos, o norte de Minas Gerais e o Espírito Santo, onde sua atuação ocorre por meio do financiamento de obras de infra-estrutura (saneamento, transportes, iluminação, entre outros), projetos de proteção ambiental, preservação do patrimônio histórico e cultural, capacitação profissional, fortalecimento institucional das administrações de estados e municípios.

1.1 – O turismo nas cidades litorâneas

Em termos concretos, o turismo se efetiva no Brasil com maior expressão nas cidades litorâneas³. Como se pode observar na tabela 1, no ano de 2003 o Rio de Janeiro (RJ) liderou o ranking das cidades mais procuradas. Vale ressaltar que várias cidades do litoral nordestino aparecem como destino turístico. Isso significa que estas cidades podem estar se consolidando como destino turístico de visitantes brasileiros e estrangeiros.

Tabela 1 - As Dez cidades mais visitadas por turistas no Brasil.

Ranking	Cidade	Dados (%)
1º	Rio de Janeiro (RJ)	36,09%
2º	São Paulo (SP)	18,05%
3º	Salvador (BA)	15,08%
4º	Fortaleza (CE)	8,5%
5º	Recife (PE)	7,5%
6º	Foz do Iguaçu (PR)	7,4%
7º	Búzios (RJ)	6%
8º	Porto Alegre (RS)	5,09%
9º	Florianópolis (SC)	5,3%

¹ Disponível em <http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/> acesso em: 22 nov. 08

² O PRODETUR/NE - Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste foi articulado a partir de estudos encomendados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), no começo da década de 90.

³ Pesquisa da FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas) para o Ministério do Turismo no ano de 2002, entre as dez cidades mais visitadas no Brasil oito estão no litoral.

Fonte: Embratur: 2003

Segundo José Francisco de Salles Lopes, diretor de Estudos e Pesquisas da Embratur, a Cidade de Salvador, localizada no estado da Bahia, lidera o ranking das cidades nordestinas mais visitadas com 159.292 desembarques; Rio Grande do Norte vem em segundo lugar, com 47.229; em seguida vem o Ceará, que recebeu em 2003 79.046 passageiros internacionais.

Segundo Madruga (1992), a preferência pelo litoral se explica porque oferece a possibilidade do lazer de sol e mar. Além disso, a utilização da praia contribui para o bem estar do indivíduo. Embora não existam comprovações científicas, muitos especialistas acreditam que os banhos de mar tragam benefícios à saúde. A química Rosalinda Montoni, do Instituto Oceanográfico da USP, chama atenção para o fato e diz: “não conheço nenhum trabalho que trate desse tema com seriedade, mas intuitivamente creio que o banho de mar gere uma sensação de melhora e bem-estar”⁴.

No entanto, houve um tempo em que o mar assustava e era considerado por muitos povos como um lugar apavorante. Dante Alighieri (1265-1321), ao descrever o inferno na *Divina comédia*, alude à repulsa causada pelas águas negras de rios. Essa mentalidade começa a se transformar a partir de 1750, período em que transparecem os reflexos de uma mudança de comportamento.

O mar passou da condição de vilão a colaborador do homem. A crença no mar como algo divino e fecundo se faz presente nas palavras do camponês kernewote, citado por Corbin (1989, p. 241), "O mar, [...] é como uma vaca que pare para nós; o que ele deposita na beira da praia nos pertence".

Superada a idéia do mar como lugar de terror e tormento, o litoral passou a adquirir importância, não só como meio natural, mas principalmente como fator econômico-social. O desejo do espaço à beira-mar se efetivou por meio da criação de balneários, marinas e belvederes. O mar agitado, antes tão temido virou espetáculo. “A invenção das praias como lugar de veraneio, onde o homem encontra paz de espírito e se livra da melancolia foi mais um passo no sentido da valorização as águas”. (op. cit p. 1). O turismo não está desconectado desse contexto. Seja uma encarnação do diabo ou de Deus, o mar ora gera ódio, ora apaixona os turistas. (BASTOS: 2003, p. 1).

Este contexto baliza a possibilidade do surgimento de um “novo espaço”, relacionado àqueles marcos mencionados inicialmente, ou seja, o espaço da abertura para o mercado externo, da rápida movimentação do dinheiro, da produção ampliada, da imposição de novos padrões de comportamento e consumo. “É importante dizer que o cenário que dá sentido a tudo isso é a globalização, fenômeno ligado internacionalização da produção e que se apóia no ‘mundo da mercadoria” (CARLOS, 1999). Isso significa dizer que o espaço está cada vez mais preso ao universo da troca. Aqui se descortina a contradição entre o espaço que se globaliza e ao mesmo tempo se fragmenta em função da produção do espaço-mercadoria. O turismo encobre essa gigantesca operação, porque sob a égide do capitalismo, aparece apenas como prática social, camuflando seu real sentido e sua finalidade: o consumo e o domínio do espaço enquanto produto do mercado. O turismo, como toda atividade econômica centrada

⁴ Artigo intitulado: banho de mar é energizante publicado na Revista vida simples - abril cultural, ed: novembro de 2007. Disponível em www.vidasimples.abril.com.br

nas relações de troca, confere aos lugares onde se insere o valor da troca em detrimento do valor de uso.

O turismo se manifesta de várias formas: ao mesmo tempo em que é bem de produção, é também um bem de consumo. Enquanto bem de produção, se beneficia da infra-estrutura básica implantada no espaço urbano ou em qualquer outro espaço que se vincule à atividade turística. Enquanto bem de consumo, se beneficia do potencial natural e cultural, apresentado pelo lugar. (CARLOS, 1997). Como afirma Lefebvre, não se vendem mais objetos, tijolos ou habitações, mas cidades.

Na compreensão de Donaire (1998), esse processo é tão abrangente a ponto de transformar alguns lugares em verdadeiras metáforas da aldeia global. Segundo este mesmo autor, nesses lugares veicula uma ideologia do reconhecível e do discurso impositivo, estruturando uma tematização que se apresenta como um resumo do mundo em pacote vendável (planificados e concebidos integralmente). Tudo isso provoca um sentimento de estranhamento, principalmente para os sujeitos que vivem nas áreas que num determinado momento se voltam para atividade turística e transformam tudo em espetáculo (CARLOS: 1999).

O espetáculo pressupõe a artificialização dos lugares e muitas vezes isto implica na padronização espacial dos mesmos. Cabe aqui um questionamento. O que leva as pessoas, os chamados “turistas”, a buscarem lugares artificiais e padronizados? Seriam os sonhos, devaneios e até a busca de alívio de algumas tensões. Segundo Mello (1993. p. 39),

os sonhos e os devaneios aliviam as dores e conduzem os indivíduos a lugares encantados. Os meios de comunicação e as artes também colocam (indiretamente) ao alcance das multidões, paraísos naturais como ilhas dos mares do sul do Caribe.

Essa é uma explicação possível, mas existem outras tantas possibilidades. Uma delas chama-se “imaginário global”. Pois, segundo Ferrara (1994, p.49), o “imaginário global” cria uma sensação de igualdade nos ambientes que são visitados. Talvez isso explique em parte a criação e a conseqüente expansão de lugares artificializados, padronizados, descolados e desconectados do seu entorno. Lugares sem identidade onde as referências estéticas são sempre as mesmas.

Alguns exemplos merecem destaque: o complexo turístico de Cancun - localizado na costa leste da Península de Yucatan no México. O Complexo Turístico Costa do Sauípe, localizado na Costa do Coqueiro, no pequeno município de Mata de São João, na Bahia. Vale dizer que “alguns desses lugares só podem ser visitados por turistas aquinhoados⁵”. (MELLO, 1993. p. 39). Isso porque a produção do espaço é socializada, mas a sua apropriação é privada. Nas palavras de Mello (1993, p.39), “as tentativas de “reproduções” paradisíacas são acompanhadas de percalços e muito trabalho por um lado, e fantasias ou ansiedades por outro, que impedem o pleno gozo da” boa vida” Ele ainda acrescenta:

No bojo da reorganização do espaço várias obras construídas – de acordo com os empreendedores das políticas públicas - para minorar o sofrimento do povo e trazer o

⁵ A diária em apartamento de luxo duplo custa R\$ 575. O preço do apartamento *premium*, na mesmas condições, custa R\$ 920. Já quem quiser ficar na suíte presidencial terá que desembolsar R\$ 1.150. Por dia.

“progresso” ensejam conflitos e, depois de prontas, continuam a ser rejeitadas, por outros motivos. Os claustrofobos se recusam a “cortar caminho” atravessando os túneis cavados na base dos morros ou a viajar de metrô “debaixo da terra”, no que são acompanhados pelas pessoas temerosas de algum desabamento. Os “paraísos utópicos” [...] são desprezados por alguns, exatamente porque, imunes à ação do clima exterior, mudam o ritmo da vida tradicional e impedem o “bater as pernas” nas calçadas e o acompanhamento das coisas simples do mundo vivido.

No Brasil a expansão das atividades turísticas tem sido reflexo do processo de valorização dos litorais tropicais e das políticas públicas de turismo adotadas para a região, principalmente a partir dos anos 90. Esta situação pode ser constatada em varias cidades do litoral baiano, a exemplo de Porto Seguro, Salvador, Morro de São Paulo, Ilhéus. Entre outras. Isso porque as cidades litorâneas centralizam uma série de possibilidades que criam um grande poder de sedução. Além de oferecerem o lazer de sol e mar, contam com uma infra-estrutura urbana que envolve transporte coletivo; serviço médico-hospitalar; hotéis, pousadas, aeroportos, bares, restaurantes, teatros, casas de shows, cinemas *shopping centers*; museus, monumentos históricos; belos projetos arquitetônicos, entre outros. E mesmo em cidades onde não há tal infra-estrutura esta é criada sob o discurso de “gerar emprego e renda, contribuir para a preservação do meio ambiente e do patrimônio histórico/cultural, além da melhoria da qualidade de vida da população”.

Considerações Finais

Antes de tudo, é importante dizer que não se trata aqui de expor uma visão maniqueísta do turismo. Mas apenas de fazer uma leitura crítica do papel do turismo no processo de reprodução do espaço urbano e, conseqüentemente discutir as repercussões desse processo. Não temos a pretensão de esgotar tal temática, mas contribuir para as discussões a luz da ciência geográfica. Seria também demais esperar que pudéssemos apresentar as diversas perspectivas teórico-conceituais, a partir das quais essa temática vem sendo estudada, assim como os dados da realidade sobre os quais se alicerçam essa abordagem. Enfim, o que queremos é indicar como a amplitude temática permitiu muitos recortes analíticos, os quais puderam ser objetos de atenção, não de forma completa, mas como referência pontual. A escolha do tema foi resultado do interesse de se propiciar um debate, no melhor sentido que esse termo possa conter. A articulação entre: turismo, reprodução do capital e do espaço urbano vem sendo nosso campo de análise. Acreditamos que através deste é possível pensar o urbano, a cidade e a vida cotidiana dos sujeitos que nela habitam. A conquista dos interesses capitalistas se materializa no espaço urbano por meio das atividades. Produtivas. E parecem nas diferentes paisagens da cidade. A reprodução do espaço urbano dá-se no movimento que vai do espaço de consumo ao consumo do espaço. O que aponta para o triunfo da troca sobre os modos de uso e acesso aos espaços produzidos socialmente mas apropriados de forma privada.

Bibliografia

BAHIATURSA, Empresa de Turismo da Bahia. Programa de Desenvolvimento Turístico do Estado da Bahia. Salvador, 2002.

CENTRO DE RECURSOS AMBIENTAIS - CRA. Diagnóstico Ambiental da Cidade de Ilhéus. Ilhéus: CRA/SEPLANTEC, 1994.

CORBIM, Alain. O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental, São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

CARLOS, A.F.A., O consumo do espaço, in: CARLOS, ANA FANI A. (org.) Novos caminhos da geografia. São Paulo: CONTEXTO, 1999.

_____. A cidade. São Paulo: Contexto, 1996.

CARLOS, A.F.A., A natureza do espaço fragmentado, in: SANTOS, M; SOUZA, M.A. de SILVEIRA, M. L. (org.) Território. Globalização e fragmentação. São Paulo: HUCITEC, 1994.

DONAIRE, J.A. “La geografía del turismo después del fordismo: turistas en las fábricas, turistas en los centros comerciales”. Sociedade e Território. Nº 28. Agosto. Porto: 55-68. 1998

LEFEBVRE, Henri. A vida cotidiana no mundo moderno. Trad. De Alcides João de Barros. São Paulo: Ática, 1991.

_____. O direito à cidade. São Paulo: Ed. Moraes, 1991

MADRUGA, Antônio, M. Litoralização da Fantasia de Liberdade à Modernidade Autofágica. Dissertação de Mestrado – São Paulo- USP, 1992..