



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Felipe de Souza Ramão

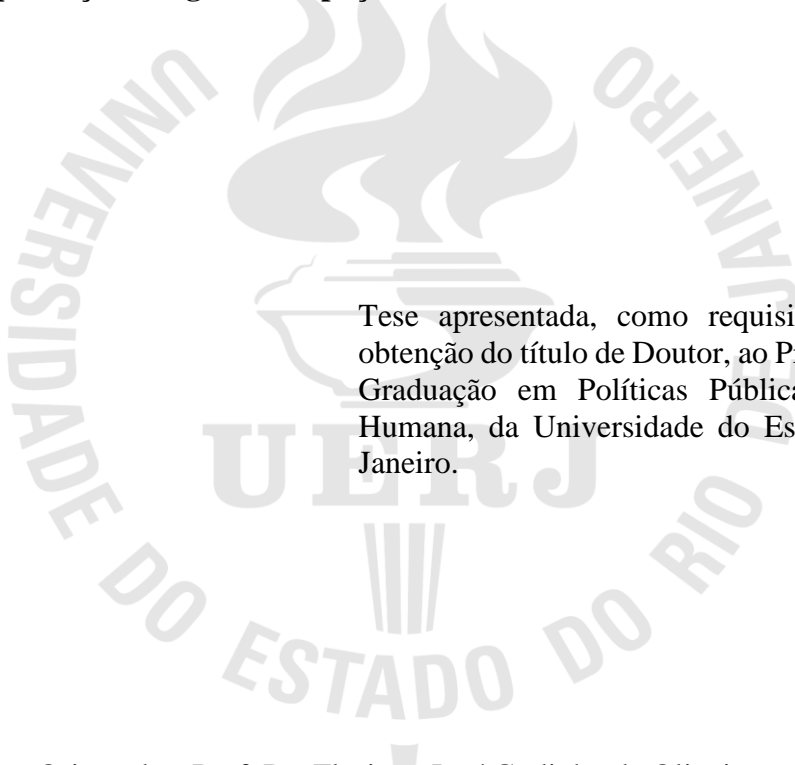
**Turismo e a produção desigual do espaço urbano: uma análise sobre Cabo
Frio – RJ**

Rio de Janeiro

2023

Felipe de Souza Ramão

Turismo e a produção desigual do espaço urbano: uma análise sobre Cabo Frio - RJ



Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas e Formação Humana, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Orientador: Prof. Dr. Floriano José Godinho de Oliveira

Coorientador: Prof. Dr. Leandro Dias de Oliveira

Rio de Janeiro

2023

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

R166 Ramão, Felipe de Souza
Turismo e a produção desigual do espaço urbano: uma análise sobre Cabo Frio
- RJ / Felipe de Souza Ramão. – 2023.
239 f.

Orientador: Floriano José Godinho de Oliveira.
Coorientador: Leandro Dias de Oliveira
Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Centro de Educação e Humanidades.

1. Turismo – Teses. 2. Espaço urbano – Teses. 3. Turismo – Cabo Frio (RJ)
– Teses. I. Oliveira, Floriano José Godinho de. II. Oliveira, Leandro Dias de. III
Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Centro de Educação e Humanidades.
IV. Título.

bs CDU 379.85

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Felipe de Souza Ramão

Turismo e a produção desigual do espaço urbano: uma análise sobre Cabo Frio - RJ

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas e Formação Humana, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Aprovada em 30 de março de 2023.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Floriano José Godinho de Oliveira (Orientador)
Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

Prof. Dr. Leandro Dias de Oliveira (coorientador)
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFRRJ

Prof. Dr. Alexandre Queiroz Pereira
Universidade Federal do Ceará – UFC

Prof.^a Dr.^a. Regina Tunes
Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

Prof. Dr. Luiz Ernesto Brambatti
Universidade Federal do Paraná – UFPR

Rio de Janeiro

2023

DEDICATÓRIA

Para Carmem Lucia, Oswaldina Carolina e Edna.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, pela força principalmente em momentos difíceis. Agradeço a minha família, em especial a minha mãe Carmem Lucia, que sempre me apoiou em toda a jornada, que escolheu não desistir mesmo com os grandes desafios. A minha avó Oswaldina Carolina, cabofriense que trabalhou quando jovem na indústria de sardinha, que morou no bairro histórico da Passagem, e, que representa a luta de muitos cabofrienses. A minha tia Selma, acreditando sempre no meu potencial, sendo decisiva na graduação e principalmente, tendo sempre uma palavra de carinho. A Carolina, a Mariana, Carlos Cesar, José Rodrigues, Alexandre, Vitória, Matheus, Thathianne e a todos familiares que participaram de alguma forma desse processo.

Agradeço ao meu orientador Floriano Oliveira, por ter confiado no meu trabalho desde o mestrado, por ter aberto as portas do PPFH, que com certeza foi um ponto de mudança dessa tese. Ao meu coorientador, Leandro Dias, que acompanhou toda a minha caminhada desde a graduação, sendo um grande colaborador de todos os momentos, sempre gentil com seus apontamentos, tornando-se uma grande referência profissional e pessoal.

Ao professor Alexandre Pereira pelo diálogo, presença importante na qualificação e nos eventos do Simpurb, com contribuições fundamentais, leitura crítica e generosa do trabalho. O seu livro “Urbanização vai à praia” tem grande influência nessa tese. A professora Regina Tunes, pelas colaborações desde a qualificação, compreendendo com exatidão todos os interesses da pesquisa, pela leitura e apontamentos sempre cirúrgicos, que ajudaram na evolução da tese.

Ao professor Luiz Brambatti por ter me recebido muito bem no curso de Turismo da UFPR, ter colaborado em muitos pontos principalmente com a parte final dessa tese, pelas brilhantes aulas, pelos apontamentos críticos e sempre generosos e por ter aceito participar dessa banca.

Agradeço a Guilherme Ribeiro, grande professor e amigo desde a graduação. Esse trabalho com certeza é fruto do seu esforço em construir o curso de Geografia na Ferlagos, do apoio, das contribuições e da generosidade em todos os momentos.

Agradeço aos grandes amigos Vinícius Santos, Tássia Cordeiro, Gabriel Carvalho, Marcos Vinícius e Daniel Gomes, que dividiram momentos difíceis e felizes durante todo o

processo, que foram parceiros, e com certeza, colaboradores diretos desse trabalho. Aos amigos Leonardo Santanna, e Pedro Verdade que acompanharam e incentivaram essa caminhada.

Ao ex-professor e coordenador do curso de Geografia da Ferlagos Yolmar Freire, por todo o carinho e confiança, pelas oportunidades de trabalho e pelo incentivo em estudar.

Aos amigos: Amanda, João Christóvão, Maria Caroline, Rodrigo Gomes, João Roberto, Rafael Moraes, Leila Cardoso, Zaidi, Charles Pimenta, Carla, Alexandre, Juliana Lessa, Gissele, Júnior e Ivan, que são professores, colegas da Geografia, colegas de escola, aos quais tenho muito respeito e gratidão.

Agradeço a parceria do grupo LAGEP da UFRRJ – Seropédia, por vários momentos que tivemos de diálogo e aprendizado, aos colegas André Rocha, Miguel, Letícia, Bruna, entre outros. Ao grupo do CIEP Wilson Mendes, em especial a Jucelma, Wallace, Vanderleia, Ana, Telma. Ao meu querido Colégio Municipal Rui Barbosa, em especial aos amigos Daniela, Rafael, Denize Alvarenga e Mônica. Ao grupo dos CEMJ, em especial ao diretor Luiz Carlos. As minhas atuais escolas, André Gomes dos Santos - ao diretor Evaldo Magalhães, a Karla, Adriana, Andréia, Érica e vários colegas que estiveram juntos nesse processo, e a EMPED, em especial aos amigos Antolin, Verônica, Rodolfo, entre outros. A muitos alunos e ex-alunos que participaram de alguma forma desse processo. Ao grupo da Checkmat Cabo Frio, em especial ao professor Vinícius, a Crislene e Ramon Ribeiro. Ao grupo da Confraria Lagos, que proporcionou atividades de diálogo e crescimento, com Victor Louzada, Luiz Felipe, Eduardo Costa, Moisés Oliveira etc.

Agradeço a ex-professores que contribuíram em diferentes momentos para o meu desenvolvimento na universidade, em especial: Desirée, Andrews Lucena, Leonardo Brito, ao saudoso Andreilino Campos, a Marcos Couto, Robson Dias, Raquel Villardi, Deise, entre outros. Aos amigos Gastão, Monique e Preciosa, sonhamos juntos na Ferlagos e esse fim de ciclo com certeza tem uma parte de vocês.

A minha querida professora do ensino fundamental Edna, suas aulas foram o motivo da minha escolha pela Geografia e pela escolha em estudar. Você representa todos os professores de escola pública que se esforçam em lecionar a melhor aula possível mesmo com as dificuldades, e, sobretudo, que ainda sonham e que alimentam sonhos.

Esse doutorado é uma vitória para o estudante de escola pública do interior, que cursou a graduação em instituição privada com bolsa parcial da Prefeitura de Cabo Frio e com muitas dificuldades, avançou para as especializações, o mestrado e o doutorado nas instituições

públicas, sem bolsas e licenças. Que os investimentos na educação superior possam oferecer uma caminhada com menos sacrifícios.

Tire as construções da minha praia
Não consigo respirar
(...) especulação imobiliária
E o petróleo em alto mar
Subiu o prédio eu ouço vaia
Baiana System

RESUMO

RAMÃO, Felipe de Souza. *Turismo e a produção desigual do espaço urbano: uma análise sobre Cabo Frio – RJ*. 2023. 239f. Tese (Doutorado em Políticas Públicas e Formação Humana) – Centro de Educação e Humanidades, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

O turismo é uma importante atividade econômica atualmente. Ela mobiliza grande fluxo de pessoas, dinheiro e negócios, e é responsável por vários processos urbanos, econômicos e sociais, e, ainda muitos impactos. Em face às diversas análises, pretendemos investigar como a praia, em um contexto de valorização econômica, cultural e social é muito importante para o processo de urbanização, especialmente o desenvolvimento desigual. Então, compreenderemos novos processos de urbanização ou reestruturação do espaço a partir da praia, com novas formas, novas empresas, novos valores, conflitos, relações de poder, a função do Estado e uma nova lógica econômico-espacial, alinhando turismo e capitalismo. Ao mesmo tempo, analisaremos a breve história do turismo no mundo, enfatizando a economia, a sociedade e o espaço. Finalmente, discutiremos a segmento de turismo de sol e praia e algumas relações com o turismo residencial, destacando o litoral brasileiro, particularmente a cidade turística de Cabo Frio, no Rio de Janeiro.

Palavras-chave: Turismo. Produção do espaço e impactos socioespaciais

ABSTRACT

RAMÃO, Felipe de Souza. *Tourism and the unequal production of urban space: An analysis of Cabo Frio – RJ.* . 2023. 239f. Tese (Doutorado em Políticas Públicas e Formação Humana) – Centro de Educação e Humanidades, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

The tourism is an important economic activity nowadays. It mobilize big flux of people, money and business, it is responsible a lot of urban, economic and social process, and yet very impacts. In the face of several analyzes, we pretend investigate how the beach, in the context the economic, cultural and social valorization is very important to urbanization process, especially the desigual development. So, we will understand the new process of urbanization or the restructuring of space from the beach, with new forms, news enterprises, news values, conflicts, power relations, the state functions and a new economic-space logic, aligning tourism with capitalism. At the same time, we will analyze a brief history of tourism in the world, emphasizing the economy, society and space. Finally, We will discuss the “sun and beach” tourism modality and any relationships with residential tourism, highlighting the Brazilian coast, particularly the tourist city of Cabo Frio, in Rio de Janeiro.

Keywords: Tourism. Space production and socio-spatial impacts

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - PARIS ANTES DA REFORMA DE HAUSSMANN.....	36
Figura 2 - PARIS APÓS A REFORMA DE HAUSSMANN.....	37
Figura 3 GUIA TURÍSTICO DE LISBOA – SÉCULO XIX	39
Figura 4 PRAIA DE ATLANTIC CITY – NOVA JERSEY EUA (1905)	41
Figura 5 PRAIA DE PALM BEACH – FLÓRIDA EUA (1905 E 1900).....	43
Figura 6 AS TRANSFORMAÇÕES ESPACIAIS DE COPACABANA.....	45
Figura 7 CABO FRIO - RJ.....	47
Figura 8 TRAJETOS ENTRE RIO DE JANEIRO E CABO FRIO ANTES DA PONTE RIO- NITERÓI.....	49
Figura 9 Cabo Frio nas décadas de 1910 - 1920.....	52
Figura 10 PROPAGANDA DO FORD T NO BRASIL EM 1914	57
Figura 11 CHEVROLET E O VERANEIO	58
Figura 12 CORCEL BELINA E O LAZER NO FIM DE SEMANA.....	59
Figura 13 PROPAGANDA DA FORD ATUAL	61
Figura 14 APARTAMENTO À BEIRA-MAR	65
Figura 15 PROPAGANDA DE UMA RESIDÊNCIA NAS PALMEIRAS – CABO FRIO ..	66
Figura 16 FLUXO DE TURISTAS INTERNACIONAIS	88
Figura 17 O HOTEL DU PARC NO ALTO DO MONTE PELERÍN NA SUÍÇA.....	94
Figura 18 TURISMO: RIO DE JANEIRO X CABO FRIO NA DÉCADA DE 1950.....	109
Figura 19 A CONSTRUÇÃO DO CLUBE COSTA AZUL.....	111
Figura 20 BRIGITTE BARDOT EM ARMAÇÃO DOS BÚZIOS (1964).....	113
Figura 21 TURISMO VERSUS INFRAESTRUTURA EM 1970.....	119
Figura 22 O PODER DA ALTA TEMPORADA	121
Figura 23 REESTRUTURAÇÃO ECONÔMICA-ESPACIAL NO CIRCUITO TURÍSTICO	151
Figura 24 OS ESPAÇOS INVISIBILIZADOS DE CABO FRIO	154
Figura 25 RENDA PER CAPITA – CABO FRIO (2000 – 2012)	158
Figura 26 PARQUE AQUÁTICO RIALA.....	165
Figura 27 PRAÇA DA CIDADANIA – MUSEU DO SURF E BOXES DE ARTESANATO.....	167

Figura 28 EVOLUÇÃO DAS TAXAS DE MORTES VIOLENTAS POR 100 MIL HABITANTES – ERJ E CABO FRIO.	171
Figura 29 HOMICÍDIOS EM CABO FRIO, ARMAÇÃO DOS BÚZIOS E ARRAIAL DO CABO (2006 – 2016).....	173
Figura 30 O MODELO DE BUTLER.....	184
Figura 31 RESORT EM HARKERS ISLAND	187
Figura 32 VISTA DE HARKERS ISLAND	188
Figura 33 AIRBNB EM BARCELONA	189
Figura 34 A PERCEPÇÃO NEGATIVA DO TURISMO DE BARCELONA.....	190
Figura 35 VENEZA – MAPA DE ALOJAMENTOS E ESPAÇO MAIS VALORIZADO PELO TURISMO.....	191
Figura 36 PONTA NEGRA - RN.....	193
Figura 37 ALOJAMENTOS EM PONTA NEGRA NO AIRBNB.....	193
Figura 38 HOTÉIS, POUSADAS E HOSTEL NA CIDADE DE CABO FRIO	195
Figura 39 QUANDO AS LUZES ACENDEM E QUANDO AS LUZEM APAGAM	196
Figura 40 ALUGUEL POR TEMPORADA EM CABO FRIO NO AIRBNB	197
Figura 41 CRIANÇAS VENDENDO DOCES NA PRAIA DO FORTE - A PRECARIZAÇÃO COMEÇA NA INFÂNCIA.....	199

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - CABO FRIO NO CORREIO DA MANHÃ	50
Tabela 2 O NEOLIBERALISMO NOS PRINCIPAIS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL.....	96
Tabela 3 EVOLUÇÃO DA POSIÇÃO DE CABO FRIO NO ÍNDICE DE GINI NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO	156
Tabela 4 O MODELO DE DOXEY	181

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	15
1	OS SENTIDOS DO TURISMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	23
1.1	As múltiplas definições e abordagens do turismo e os desafios atuais	24
1.2	As raízes históricas e geográficas do turismo	30
1.2.1	Da prática à atividade econômica na lógica do capital	32
1.3	Cabo Frio: O castelo misterioso com a princesa adormecida à espera do príncipe	46
1.4	Do consumo do espaço ao consumismo do espaço	55
1.5	O turismo residencial e o turismo de sol e praia	62
2.	A PRODUÇÃO E A REESTRUTURAÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO E A ACUMULAÇÃO DO CAPITAL	76
2.1.	Acumulação e reprodução do capital, espaço e turismo	77
2.2	Circuito turístico: Os ajustes do espaço para a acumulação e reprodução do capital	80
2.3	A consolidação do turismo a partir da lógica de mercado	83
2.4	A dimensão política: A exacerbação da lógica de mercado	91
2.5	Neoliberalismo e turismo	103
2.6	O avanço do turismo na cidade de Cabo Frio	105
2.6.1	Armação dos Búzios: Turismo no distrito de Cabo Frio	112
2.7	Ensaio da produção do circuito turístico de Cabo Frio	114
2.7.1	A “decisão” pelo turismo e as transformações substanciais a partir da década de 1970	118
2.8	A produção capitalista do espaço	123
3-	TURISMO, CIDADE-MERCADORIA E PRODUÇÃO DESIGUAL DO ESPAÇO	126
3.1	Um cenário político-econômico-espacial transformado	127
3.2	A cidade como protagonista	132
3.3.	O governo como protagonista	136
3.4.	A gestão empresarial da cidade-mercadoria	140
3.5	A construção do consenso e o espaço de festas como estratégia	144
3.6	Cabo Frio turística a partir de 1997: A cidade-mercadoria e a desigualdade socioespacial escancarada	148

3.7	As intencionalidades das políticas públicas: O público é de todos?	162
3.8	O espaço festivo que oculta a violência.	168
4	TURISMO, ESPAÇO E ESTADO: O DESTINO DAS CIDADES	
	TURÍSTICAS	175
4.1	Os modelos dos impactos socioespaciais do turismo.	179
4.1.1	Exemplos de cidades turísticas compreendidas a partir dos modelos de Doxey e Butler.	186
4.1.2	Considerações sobre o estágio de desenvolvimento do turismo em Cabo Frio e seus impactos.	194
4.2	O turismo comunitário: a alternativa pelo ajuste do modelo econômico	201
4.2.1	A institucionalização do turismo comunitário e os seus limites.	205
4.3	A inovação democrática: a alternativa a partir da gestão.	211
4.4	O Estado em disputa: Contribuições de Poulantzas	215
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	223
	REFERÊNCIAS	232

INTRODUÇÃO: POR UM ESTUDO DO TURISMO QUE ARTICULE A ECONOMIA, O ESPAÇO E A SOCIEDADE.

O debate sobre o turismo apresentou grande repercussão nas últimas décadas, principalmente pela consolidação da atividade econômica a nível mundial, pela possibilidade angariar grandes receitas, pela crescente viabilidade de incorporação da atividade localmente, contando com a evolução do transporte, a ampliação do comércio de viagens e do consumo do espaço, entre outros pontos. Há uma expansão das fronteiras da economia do turismo no mundo, que pode ainda se fortalecer com o enfraquecimento de outras atividades econômicas.

A produção acadêmica também ganha fôlego, seja pelo aprofundamento de assuntos clássicos ou com novas abordagens, novos conceitos e novos estudos de caso, com uma especificidade, o estudo do turismo é produzido em várias ciências e áreas do conhecimento, da Administração à Geografia, passando pela Economia, e obviamente o curso de Turismo. O desenvolvimento da literatura do turismo nessas várias áreas irá refletir as potencialidades, os obstáculos e os sentidos das pesquisas, um debate extremamente necessário a ser feito.

A prática do turismo está diretamente relacionada com o seu significado, de “tour”, de volta, da saída de pessoas de um espaço para outros espaços com fins diversos e o posterior retorno ao espaço de moradia. Essa movimentação de pessoas no espaço por lazer, por conhecimento de novas culturas, por descanso, apresenta diversos registros históricos, quase sempre vinculados a grupos de elite, com destaque para reis, rainhas, imperadores etc. Não há um espaço organizado e produzido para o turismo, não há fluxos combinados em períodos do ano, grande quantitativo de turistas, e conseqüentemente, um retorno econômico substancial desse movimento embrionário.

No decorrer dos séculos e concomitante ao desenvolvimento da sociedade, do meio técnico-científico-informacional (como aponta SANTOS, 2008), o turismo inicia o seu processo de crescimento e amadurecimento. Dessa forma, as condições basilares para a prática do turismo avançam, e, de fato mais pessoas buscam novos espaços com diferentes fins em um curto intervalo de tempo, contudo, em grande parte ainda restrita a classes sociais mais abastadas, que tinham a condição e a possibilidade de se movimentar no espaço. A questão de classe é presente no turismo desde o seu embrião enquanto prática, pois esbarraremos naqueles que podem se movimentar no espaço e naqueles que não possuem essa mobilidade, principalmente a partir da ideia de busca de lazer, descanso, de contato com novas culturas, história e meio ambiente.

A grande virada do turismo é definitivamente a partir do século XIX, quando há um movimento de transformação da prática do turismo em atividade econômica e na economia do turismo, em mais um processo de apropriação e transformação de algo em mercadoria, característica inerente ao sistema capitalista. Destaca-se que o turismo se torna um produto, os segmentos do turismo, justamente os diferentes fins das viagens, tornam-se produtos, e, concomitantemente, tornam-se novas necessidades, novos desejos, carecendo de ampla divulgação e da construção de um discurso que paulatinamente se solidifica e convence as pessoas, no caso, aos consumidores, que esse produto é interessante. Reforça-se que a mudança econômica é atrelada a uma mudança social e cultural, que corrobora com a necessidade da sociedade descansar, buscar o lazer, a diversão, os elementos do meio ambiente, mesmo que na prática esse discurso seja restrito a alguns grupos. Assim, será preciso construir uma lógica discursiva transformando o turismo em um produto parte de uma nova cultura e uma nova sociedade. O consumo do espaço passa a ser incorporado na lógica de consumo crescente nesse contexto.

O turismo ganha grande projeção no decorrer do século XX e avança para o século XXI como uma atividade econômica consolidada, movimentando altas cifras anualmente para muitos países, significando a circulação de bilhões de pessoas pelo mundo, transformando radicalmente o espaço, criando inúmeros segmentos, constituindo impactos econômicos, sociais, culturais, espaciais e ambientais diversos. Segundo a OMT (Organização mundial de turismo), em 2019, a quantidade de turistas internacionais no mundo nesse ano foi de 1,5 bilhão, e segundo estudo da WTTC (Conselho Mundial de Viagens & Turismo) o turismo gera nesse mesmo contexto uma receita de cerca de 8 trilhões de dólares por ano.¹

Ressalta-se que a realidade do turismo no mundo também reproduz a condição de desenvolvimento dos países, a capacidade de atração e repulsa dos espaços, a proximidade geográfica, os investimentos feitos no setor - na urbanização, na infraestrutura - para justamente atender o acesso até a cidade turística, a garantia de permanência do turista na cidade e a qualidade da permanência (como aponta GEORGE, 1973), o que irá produzir condições e estágios diferentes dos espaços turísticos. É importante sinalizar que há um avanço dos consumidores dos espaços turísticos nas últimas décadas, espalhando-se para outras classes e de fato é interessante identificar as diferentes experiências do espaço em uma cidade turística a

¹ Consultar: <https://brasilturis.com.br/2022/02/02/wttc-turismo-pode-gerar-us-86-trilhoes-para-o-pib-mundial-em-2022/>

partir da classe do turista e até mesmo espaços turísticos restritos ao domínio de uma fração de classe.

O turismo brasileiro cresce gradativamente a partir do século XX, com forte apelo ao litoral de praias, de altas temperaturas principalmente nos meses de verão, combinando em muitos casos com outros elementos do meio ambiente, conseguindo evoluir para vários estados, principalmente a partir da segunda metade do século XX, mesmo com uma série de limitações e obstáculos. Os segmentos de turismo também crescem no Brasil como opções de incremento econômico e de combinação de diferentes fatores, explorando as potencialidades ambientais, culturais e históricas. Em relação ao fluxo de turistas estrangeiros é possível afirmar certa lentidão do crescimento desse fluxo específico, estando atrás de muitos países no mundo, inclusive alguns países do continente americano, com menor expressão econômica que o Brasil. Em contrapartida o turismo interno é muito forte, movimentando pessoas de diferentes regiões, com uma posição central das capitais do litoral, sendo espaços de atração e emissão de turistas.

O turismo no segmento de sol e praia apresenta uma forte ligação com a produção de residências secundárias no litoral brasileiro. As capitais dos estados litorâneos terão destaque, junto a pelo menos duas grandes regiões do interior– a da Baixada Santista no estado de São Paulo e nas Baixadas Litorâneas no estado do Rio de Janeiro, onde há um fluxo direto de grande destaque e contínuo, principalmente de pessoas da capital e região metropolitana para o interior em férias, feriados e finais de semana específicos.

O processo de desenvolvimento do turismo no litoral brasileiro ocorre com uma série de conflitos com outras atividades econômicas, disputas territoriais, e uma profunda reestruturação do espaço, tanto para atender as necessidades da economia do turismo, quanto para atender um novo mapa de valorização do espaço e de espaços de interesse do turismo. A pesca artesanal, por exemplo, é uma atividade que entra frontalmente em disputa com o turismo em muitas cidades, justamente pela ocupação de grupos nas proximidades das praias, e também pela atenção do poder público, em relação aos investimentos, já que o governo poderá definir o uso de um espaço público. Os conflitos na produção do espaço na cidade turística se multiplicam, e significam também conflitos oriundos da produção capitalista do espaço, com inúmeras tensões e disputas entre classes, avanços e retrocessos e com a participação em muitos casos decisiva do Estado.

Diante da pluralidade de temas, conteúdos e possibilidades há dois aprofundamentos importantes que serão feitos, justamente para delimitar o campo de análise, propor bases teóricas e metodológicas, conseqüentemente são escolhas que direcionam a pesquisa e

colaboram fundamentalmente para uma estrutura do trabalho. O primeiro aprofundamento será o esforço de compreender o turismo a partir da tríade economia-espço-sociedade:

A economia estará presente justamente na discussão da transformação do turismo em uma atividade econômica e posteriormente a incorporação do turismo na estrutura da economia capitalista dos séculos XIX, XX e XXI. Reforça-se que a economia do turismo é derivada da economia capitalista, envolvida no processo de acumulação e reprodução do capital, de crescimento econômico, de expansão geográfica e de criação de necessidades, exposta por Harvey (2005). Os avanços e transformações na economia capitalista no decorrer dos últimos séculos por consequência terão impactos significativos na economia do turismo.

O espaço terá destaque essencialmente pelo turismo significar o movimento de pessoas no espaço e uma produção do espaço específica, com a urbanização turística e a urbanização para o turismo (CRUZ, 1999). Além disso, o espaço será analisado a partir de uma nova lógica de ocupação e valorização, conectada a uma valorização dos elementos do meio ambiente, assim o espaço passa a ser produzido, reestruturado, organizado e ajustado fundamentalmente para gerar uma infraestrutura de crescimento do turismo, para possibilitar novos investimentos, empreendimentos e serviços diversos que colaboram com a cidade turística, entre outros fins. Consequentemente, o espaço será analisado a partir da produção capitalista que essencialmente é desigual, logo, atentaremos para a assincronia do desenvolvimento dos espaços do circuito turístico – espaço turístico de maior potência, em comparação ao desenvolvimento de outros espaços não-turísticos das cidades. (GEORGE, 1973; LEFEBVRE, 2008)

A questão social completa essa tríade de economia-espço-sociedade, apontando o turismo como uma prática social; destacando o consumo do espaço como uma característica marcante da sociedade capitalista do fim do século XIX, ganhando um impulso enorme com o fordismo no século XX, e, consequentemente o consumo do espaço por classe social e as diferentes experiências no espaço a partir do poder de consumo; e compreendendo a produção social do espaço nas cidades turísticas, junto com a desigualdade socioespacial.

O segundo importante aprofundamento é no histórico do turismo, suas origens e seus significados são importantes para alinhar o processo de desenvolvimento do turismo além dos processos econômicos, com os processos urbanos, técnicos, políticos, culturais, sociais e ambientais. O estudo do turismo não está alheio as transformações ocorridas em vários campos, e de fato há alguns elementos nessa “linha do tempo”, a partir da tríade apontada anteriormente:

[I] A transformação da prática do turismo até então diversa e localizada em diferentes espaços sem conexão na atividade econômica ou na economia do turismo a partir da segunda metade do século XIX, transformando-a em uma atividade profissional, articulada, planejada e organizada.

[II] O desenvolvimento da urbanização, da técnica e do transporte “encurtando os espaços”, com a reserva de ser uma produção capitalista que se expande a partir da desigualdade e do poder de consumo (como aponta SANTOS, 2008; GEORGE, 1971; HARVEY, 1992).

[III] A inclusão do turismo, do lazer, do descanso, da diversão, da busca de espaços verdes, entre outros, no campo das novas necessidades criadas no capitalismo, e consequentemente a transformação das novas necessidades em produtos, acompanhando a lógica consumista fordista em pela expansão no início do século XX.

[IV] A mudança social e cultural unificada com a valorização econômica do uso dos espaços de praia, do banho de mar, de morar ou se hospedar próximo à praia. Quase sempre um espaço inóspito e opaco, a praia e suas imediações passam gradativamente a se tornar um espaço luminoso (como trata SANTOS, 2008), provocando em muitos casos a extensão do processo de urbanização (como aponta PEREIRA, 2014) e a reestruturação do espaço e do processo de urbanização.

[V] As transformações políticas (e econômicas), a emergência do (neo)liberalismo, a gestão e a lógica empresarial e o empreendedorismo urbano como pontos de influência na administração pública, a relação entre o local e o global no contexto do mundo globalizado. Assim, será possível estabelecer a relação dialética entre os impactos do turismo no espaço e as políticas públicas (das políticas que influenciam nos impactos sociais e espaciais e das políticas que tentam remediar os impactos sociais e espaciais).

[VI] As transformações políticas, econômicas, sociais e espaciais na cidade turística de Cabo Frio, que será o recorte do espaço analisado na tese. A análise de Cabo Frio apresenta alguns fatores centrais: primeiramente, o percurso da economia do sal e da pesca até a economia do turismo, com o suporte financeiro da economia dos royalties (CHRISTÓVÃO, 2011; PESSANHA, 2015), a sua influência regional, também por abrigar distritos que se tornarão cidades importantes, como Arraial do Cabo, São Pedro da Aldeia e Armação dos Búzios; o segundo ponto é que a análise de Cabo Frio não estará isolada de análises complementares e em outras escalas, assim, por diversos momentos nos capítulos será possível encontrar o diálogo com realidades espaciais da região, do estado, do Brasil e do mundo, para solidificar a perspectiva que muitos processos que ocorrem na cidade de Cabo Frio são processos derivados

de outros espaços e até mesmo de expansão; o terceiro ponto é que escolhemos distribuir a análise de Cabo Frio nos capítulos, para fazer uma composição do desenvolvimento teórico e a repercussão prática, pois entende-se que é uma forma mais dinâmica de compreensão dos processos, inspirado em parte na estrutura teórica e metodológica trabalhada por Fernanda Sanchez (2010) que trata do processo de reinvenção das cidades e da consolidação da cidade-mercadoria articulando os elementos teóricos e práticas no decorrer do livro; e por último, tendo a ciência de que Cabo Frio compõe um virtuoso grupo de cidades médias turísticas no Brasil, tendo uma “marca” estabelecida e reconhecida no mercado nacional e internacional (partindo da lógica mercantil das cidades turísticas), apresenta um fluxo de turistas expressivo e destaque nacional na presença de domicílios de uso ocasional e domicílios vagos.

Após esse pequeno panorama de abertura da discussão do turismo com os recortes específicos para delimitar a nossa pesquisa, avançaremos para a estrutura da tese. Partimos de uma questão central: *Em quais medidas o turismo, com o destaque para o turismo de sol e praia, interfere na produção desigual do espaço?* Essa questão central, de fato, cria uma abertura para importantes reflexões, como a advertência de que o processo de produção desigual do espaço é proveniente da produção capitalista do espaço, feita por exemplo por Mantecón e Velascos (2020), quando afirmam que em muitas abordagens que tratam do turismo como causador de processos deveria se tratar do capitalismo; e se há diferenças entre o processo de produção desigual do espaço de uma cidade turística em comparação a uma cidade industrial ou uma cidade dominada por outras atividades econômicas.

Nesse sentido, teremos como hipótese: *a praia enquanto um espaço valorizado (economicamente, socialmente e culturalmente) a partir do turismo de sol e praia combinado com o turismo residencial² na cidade de Cabo Frio – RJ se torna um ponto central na produção e reestruturação do espaço urbano, reconduzindo a urbanização a partir de uma nova lógica de valorização e ocupação do espaço, tendo como consequência direta a desigualdade socioespacial.*

O objetivo geral é *analisar a produção desigual do espaço urbano na cidade turística de Cabo Frio* e temos como objetivos específicos: compreender o desenvolvimento do turismo e seus impactos sociais, espaciais e ambientais em linhas gerais; analisar a produção do espaço

² Será compreendido no decorrer da tese também como a atividade de segundas residências e tratando especificamente das residências, de domicílios de uso ocasional. Entende-se que são termos próximos para designar uma atividade onde o morador temporário busca os mesmos elementos – lazer, descanso, diversão, entre outros que o turista convencional, que se hospeda em hotéis

voltada ao lucro nas cidades turísticas, entendendo a cidade-mercadoria como uma forte expressão, relacionando diversos exemplos e ressaltando esse processo em Cabo Frio; e por fim, compreender o papel do Estado na produção do espaço turístico e na construção de políticas públicas, almejando uma cidade mais justa, sobretudo atacando a desigualdade socioespacial.

As bases metodológicas foram:

[I] a revisão bibliográfica, que foi dividida em algumas etapas. Primeiramente a revisão da literatura do turismo, dividindo em referências que trabalham sobre a história do turismo, as bases teóricas e metodológicas, o turismo no século XX, os impactos sociais e espaciais do turismo, os segmentos do turismo, o turismo de sol e praia, o turismo residencial ou as segundas residências, modelos de análise do crescimento do turismo e algumas referências sobre turismo no Brasil, no Rio de Janeiro, e ainda em Cabo Frio e Região dos Lagos; posteriormente a revisão bibliográfica da economia capitalista, onde se discute a produção capitalista do espaço, a acumulação e reprodução do capital, a construção de necessidades, os impactos do fordismo no mundo do século XX; complementarmente temos a literatura sobre produção do espaço, urbanização, cidade-mercadoria, cidade-espetáculo, sobretudo a produção do espaço para o lucro; a literatura sobre Estado e políticas públicas; e, finalmente, a revisão bibliográfica da cidade de Cabo Frio em diferentes aspectos.

[II] O levantamento de dados sobre turismo, crescimento do turismo, receitas geradas pelo turismo, IDH, índices de violência, dados demográficos, entre outros índices e dados sociais (principalmente sobre Cabo Frio), números sobre domicílios de uso ocasional, entre outros dados consultados no IBGE, IBGE cidades, IPEA, PNUD, DATASUS, jornais e revistas e trabalhos acadêmicos.

[III] A pesquisa e o levantamento de documentos históricos, jornais e revistas que tratam principalmente de Cabo Frio nos séculos XX e XXI, que tivemos como fontes: CHRISTÓVÃO (2011), com vários documentos, reportagens e dados importantes sobre Cabo Frio; a Biblioteca Nacional, nos arquivos físicos e digitais, onde se realizou um longo trabalho, resultando em uma série de documentos sobre o turismo embrionário em Cabo Frio, a venda de lotes e chácaras, a relação da cidade com a capital, obras e festividades, todas do início do século XX. No mesmo arquivo da biblioteca nacional temos o destaque de reportagens do jornal Correio da Manhã. No decorrer do século XX e XXI, usamos ainda reportagens do Jornal o Globo, do Jornal JB, da Revista Cidade, da Folha dos Lagos, do G1.com, entre outros portais e sites.

A divisão dos capítulos pretende justamente refletir os aprofundamentos indicados, os objetivos e a hipótese. Não iremos nos alongar na descrição de cada um nesse momento, visto

que em cada início de capítulo teremos apontamentos gerais sobre o conteúdo e o debate a ser produzido. Sinteticamente temos:

Capítulo 1 – Os sentidos do turismo na sociedade contemporânea – Apresentaremos uma revisão sobre a história do turismo, considerando a etimologia, o debate acadêmico e a evolução da economia do turismo, sinalizando a passagem da prática social do turismo para a atividade econômica. Trataremos também das transformações do espaço, contando com a repercussão do excursionismo na cidade de Cabo Frio e as primeiras transformações no caminho da futura cidade turística.

Capítulo 2 – A produção e a reestruturação do espaço turístico e a acumulação do capital, tendo como pontos centrais a consolidação da economia do turismo derivada da economia capitalista e os seus vínculos com a produção do espaço turístico igualmente derivado da produção capitalista do espaço. Assim, será possível discutir a produção do espaço para o lucro, o crescimento do turismo a partir da lógica de mercado, apontando casos importantes de cidades turísticas, alinhando com o desenvolvimento da economia do turismo em Cabo Frio e as transformações socioespaciais na segunda metade do século XX.

Capítulo 3 – Turismo, cidade-mercadoria e produção desigual do espaço, onde apontaremos a cidade-mercadoria como uma expressão da produção do espaço para o lucro. Assim, identificando como os conceitos e ideais de mercado são incorporados na administração pública e na sociedade (como apontam DARDOT e LAVAL, 2016), e a conexão direta desse novo modelo de cidade com o novo modelo de governo, onde a produção desigual do espaço, a privatização dos espaços e do meio ambiente, a mercantilização da cidade são expressões marcantes. Paralelamente, discutiremos esse modelo aplicado na cidade de Cabo Frio a partir de 1997, atenuando processos de desigualdade socioespacial, reproduzindo características percebidas em outras cidades-mercadorias e cidades turísticas, e constituindo um processo de reestruturação do espaço onde a praia é a referência central.

Capítulo 4 - Turismo, espaço e Estado: o destino das cidades turísticas – Trata fundamentalmente de teorias e projeções que avaliam o desenvolvimento da cidade turística, pontuando as fases e as possibilidades de reversão de graves casos de impactos sociais e econômicos negativos e posteriormente trará uma discussão sobre Estado, classe e políticas públicas, articulando Poulantzas (1980), Borja e Castells (1997), entre outras análises. Pontuaremos considerações sobre o destino e os limites da cidade turística de Cabo Frio.

1 – OS SENTIDOS DO TURISMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

O capítulo traz inúmeras discussões sobre o turismo, é de fato o capítulo mais diverso, com mais temas abordados. É uma estratégia para apresentar um esboço geral do tema com recortes importantes, que serão basilares no decorrer dos capítulos. A discussão inicial articula a etimologia da palavra turismo, com a evolução da prática social e restrita a pequenos grupos, sem organização, sistematização, ocorrendo de forma espontânea até a construção de uma atividade econômica, com diversas outras características. Concomitantemente, alinhamos esses elementos com o estudo acadêmico do turismo e as pesquisas, ressaltando suas principais características das últimas décadas, os principais obstáculos e desafios, inclusive posicionando essa tese como uma forma de enfrentamento de certos problemas, como a fragmentação da análise e falta de comunicação entre as ciências.

Avançamos para as linhas mais exploradas nos estudos do turismo e da relação do desenvolvimento do turismo com o desenvolvimento da sociedade, da técnica, da infraestrutura e da economia capitalista. Apontamos essa indissociabilidade, pois é extremamente necessária essa articulação, inclusive para compreender as transformações do turismo, da sociedade e da economia, assim como os impactos gerados. Nesse sentido, apontamos como o consumo do espaço, conseqüentemente, como o consumo do espaço turístico, é derivado do consumo fordista e da economia capitalista em expansão no intervalo do fim do século XIX e das primeiras décadas do século XX, raciocínio que será aprofundado no capítulo 2.

O século XIX será um marco temporal importante no que se refere à transformação da prática social do turismo em atividade econômica. Há um alinhamento entre transformações econômicas, sociais, espaciais e culturais, a partir de grandes reformas urbanas e processos de reestruturação do espaço, a partir de um processo de valorização das praias e de espaços litorâneos e da constituição do lazer, do descanso, da diversão e de vários elementos constituintes do turismo enquanto novas necessidades.

Entrelaçamos o processo de reestruturação do espaço de Paris do século XIX, com as transformações de influência do turismo em Lisboa ainda no mesmo século, com a ocupação das praias, balneários e crescimento do turismo de sol e praia na Europa e nos Estados Unidos no início do século XX. Esse processo será uma referência para o processo de crescimento do turismo no litoral brasileiro, com destaque do Rio de Janeiro. Apontaremos como o turismo no Rio de Janeiro terá como alicerces reformas urbanas e transformações espaciais e um

enfrentamento (embate) discursivo para consolidar uma nova cultura para a sociedade a princípio carioca, que paulatinamente, sofre o processo de interiorização, chegando até a cidade de Cabo Frio.

Nessa rede de conexões, apresentamos o movimento embrionário do turismo na cidade de Cabo Frio, contextualizando a cidade do interior fluminense nos aspectos econômicos, sociais e espaciais. Nesse sentido, abordaremos as relações entre Rio de Janeiro e Cabo Frio tendo como ponto de análise o turismo, e as tensões que a economia do turismo enfrenta na cidade do interior, principalmente pela falta de infraestrutura e pelo domínio da indústria salineira, que reverberava na política da cidade.

Os sentidos do turismo dialogam: com os significados do turismo; com uma interpretação múltipla do sentido econômico, social, cultural que podemos conceber; com o sentido temporal, de um panorama histórico; com o sentido geográfico, de um processo que amadurece na Europa e Estados Unidos, e, que atinge o Brasil, o Rio de Janeiro e a cidade de Cabo Frio; e, por fim com o sentido da urbanização a partir do processo de valorização social e econômica da praia, especificamente, trataremos da valorização de imóveis próximos da principal praia de Cabo Frio – a Praia do Forte – onde a exploração da praia ocorre desde a propaganda.

1.1 As múltiplas definições e abordagens do turismo e os desafios atuais.

O turismo é um conceito polissêmico, ou seja, apresenta diferentes significados e origens, apresenta um histórico no tempo e no espaço, que é revelador para a compreensão dessa prática e fundamentalmente dessa atividade econômica atualmente. Leiper (1983) aponta que a primeira aparição da palavra turismo é em 1811, no Oxford English Dictionary, e que tem como significado um círculo, um itinerário circular, onde o turista sai de um ponto segue para um segundo ponto e posteriormente retorna para o primeiro, ou seja, a locomoção do turista da sua residência e cidade para outro lugar, e posteriormente o retorno para sua residência e cidade. (LEIPER, 1983 apud MOESCH, 2002). Moesch (2002) corrobora com Leiper acerca da primeira aparição da palavra turismo em 1811 na Inglaterra, e, acrescenta que o termo turista também tem sua origem na Grã-Bretanha, a partir do final do século XVIII, para designar uma pessoa que faz uma viagem por motivos culturais ou de lazer. Posteriormente, Moesch (2005) irá expandir a análise afirmando que:

Nos estudos etimológicos da palavra, inaugurados por Fuster (1974), a raiz *tour* aparece documentada em 1760, na Inglaterra. A etimologia da palavra permite indicar

sua procedência latina *tornus* (torno) como substantivo, e *tornare* (redondear, tornear, girar) como verbo. A ideia de giro, de viagem circular, de volta ao ponto de partida, se deduz, claramente, de raiz comum, que origina *tornus* e *tornare*. Parece que o *turn* britânico de 1746 (*to take a turn*) cedeu lugar, em 1760, ao *tour* que usamos de influência francesa. (...) Tanto *tourist* (turista), como *tourism* (turismo), possui a raiz *tour* e os sufixos *-ist*, *-ism*. Desde o século XII, segundo Fuster (1991:21), existe na Inglaterra o vocábulo *torn*, sendo difícil identificar quais vocábulos realmente originam-se do latim *tornus*, portanto significando “dar a volta”. Segundo Fuster (1992:22), mais significativo que o sufixo *-er* seria o sufixo *-ist*, que permitiu à língua inglesa tomá-lo do francês *-iste*, por sua vez de origem latina, *-ista*, e grega. *Tourer* e *tourist* são sinônimos, mas com o tempo foi consagrada a sua forma culta. O sufixo, *-ism* para determinar o fenômeno geral das viagens tem origem no grego. Já em hebreu, *tur* corresponde ao conceito de viagem de descoberta, reconhecimento, exploração. (MOESCH, 2005, p. 1-2)

Marivan Santos (2010) também aponta para uma variedade de possíveis origens:

Podemos dizer que esta palavra é oriunda das palavras francesas *tourisme* e *touriste*. Entretanto, existem diferentes posicionamentos quanto a sua conceituação etimológica. Para Oliveira (2001), as palavras *tourism* e *tourist*, de origem inglesa, já estavam registradas em documentos desde 1760, na Inglaterra. Vários estudiosos, inclusive o suíço Arthur Haulot, apresentam-na como de origem hebréia, advinda da palavra *tur*, constante na Bíblia – Êxodo, capítulo XII, versículo 17, quando “Moisés enviou um grupo de representantes ao país de Canaã para visitá-lo e informar-se a respeito de suas condições topográficas, demográficas e agrícolas”. Nessa forma, *tur* é hebreu antigo e significa “viagem de descoberta, de exploração, de reconhecimento. (ibidem, 2010, p. 11)

Moesch (2005) ainda acrescenta que segundo o Novo dicionário da língua portuguesa a matriz da palavra *turismo* é da língua inglesa, corroborando com o posicionamento do lexicógrafo lusitano Francisco Júlio Caldas Aulete, que em seu Dicionário contemporâneo da língua portuguesa afirma que a adoção do termo *turismo* segue a procedência inglesa e não diretamente da matriz francesa.

Muitas definições atuais sobre o turismo levam em conta diretamente o sentido etimológico de dar a volta, de viagem, ou seja, uma definição voltada para o sujeito e o movimento de sair de seu espaço do cotidiano e ir a um espaço novo temporariamente, com diferentes fins. A OMT - Organização Mundial do Turismo (1994), por exemplo, reproduz essa definição do turismo, afirmando que são atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros fins.

Lemos (2002) atenta justamente para a centralidade da análise de pesquisadores e da própria OMT no turista, no movimento até o espaço turístico, enquanto um fluxo, um dado quantitativo, contudo, destacando que é extremamente oportuno e necessário os questionamentos, das causas desse movimento. Além disso, concentrar a análise do turismo no

movimento do turista pelo espaço reduz muito a interpretação, eximindo as tensões e conflitos gerados desde o movimento do turista até a produção do espaço turístico.

Essa condição reflete diretamente na produção acadêmica sobre turismo, pois afasta a criticidade, recortando o tema a partir da economia do turismo, da experiência e movimento dos turistas, das belezas de uma cidade turística. Além disso, há o agravante dessa produção acadêmica estar pulverizada em várias ciências. O turismo é objeto de investigação do curso superior de Turismo, além de cursos técnicos e uma variedade de pós-graduações dessa área, junto a uma série de ciências que produzem análises sobre esse tema, avolumando e cintilando uma série de discussões, como por exemplo: a Geografia, a Economia, a Sociologia, a Antropologia, a Administração, a Sociologia, a História, de forma mais contundente, contando com uma infinidade de pesquisadores de outras áreas. A imensidão de propostas analíticas alarga as possibilidades da análise do turismo, ao mesmo tempo em que provoca questionamentos sobre a profundidade da análise, sobretudo se o turismo é uma ciência, qual entre outras questões de ordem teórica e metodológica.

O turismo, como objeto de estudo e reflexão, tem atraído o interesse de especialistas de áreas variadas, em especial de Economia, Sociologia, Psicologia, Geografia e Antropologia (ECHTNER e JAMAL, 1997). Uma revisão de Jafari e Aaser (1988) encontrou 15 disciplinas presentes em 157 teses de doutorado relativas ao turismo. Essa é, portanto, uma área eclética que apresenta, por isso mesmo, certa insegurança em relação à sua fronteira como área do conhecimento, (...) o campo não consolidou até aqui uma identidade própria. (WAINBERG, 2002, p. 53)

MOESCH (2002) atenta para uma questão de extrema relevância, que diz respeito às análises parceladas do turismo, quando essas são procedentes de uma ciência específica e busca atender a certa expectativa, a certo objeto e a um estilo de pesquisa próprio.

É isso que estamos fazendo no ensino e na pesquisa do turismo, quando adaptamos teorias e categorias existentes, conforme o interesse disciplinar de cada área do conhecimento. Analisamos a Geografia do turismo, a Economia do turismo, a Sociologia do Turismo, a Antropologia do Turismo, a Administração do Turismo etc, ao acúmulo de numerosas informações para os alunos ou conhecimentos estanques aos pesquisadores. (MOESCH, 2002, p. 29)

O turismo não é o único “tema” que apresenta essa característica, a questão ambiental ou o estudo do meio ambiente por se tratar de um tema transdisciplinar apresenta a mesma característica. E, de fato, pode ser um ponto negativo pela profusão de análises desconexas ou pode ser encarado como uma virtude pela pluralidade de análises.

Castrogiovanni (2002) tratando da relação entre Geografia e Turismo, aborda três pontos significativos: [I] que o interesse dos geógrafos pelo turismo é recente, com uma avalanche de trabalhos de uma chamada Geografia do Turismo a partir da década de 1990 [II]

que a abordagem geográfica nos cursos de turismo valoriza a descrição, a análise e a interpretação do espaço turístico e [III] afirma a inexistência da “Geografia do Turismo”, pois há concretamente contribuições para o estudo do Turismo da Geografia, onde a análise espacial aparece como central. Conseqüentemente, o autor oferece um caminho para descredenciar a economia do turismo, a administração do turismo, e, compreender a análise das ciências enquanto contribuições. Esse esforço, de fato, combina com o alerta de Moesch, sobre o fracionamento das análises sobre turismo, já que é possível ter uma comunicação e um diálogo entre as ciências.

Pelo menos nas últimas quatro décadas há verdadeiramente uma busca por conceitos e categorias do turismo, uma preocupação na produção de conhecimento científico sobre o turismo e na construção de uma ciência do turismo, a partir de uma série de movimentos, contando com a ampliação substancial de cursos de diversas modalidades em todo o mundo, financiamento e crescimento exponencial de pesquisas, e, a consolidação da OMT³- Organização Mundial do Turismo, basicamente em 1974 seguindo uma resolução da Assembleia Geral das Nações Unidas, quando é transformada em um órgão intergovernamental, e, em 2003, tornando-se uma agência especializada das Nações Unidas. Sobre essas questões de ordem teórico-metodológica, Suzana Gastal afirma que:

O turismo está em busca de um corpo de conceitos e categorias teóricas que possibilitem tanto a investigação e crítica das ideias e da práxis, quanto a criação de uma linguagem comum a pesquisadores, professores e estudantes. E não é por outra razão que esse tipo de reflexão tem empolgado os participantes dos principais eventos da área no início deste novo século. (GASTAL, 2002, p.7)

Já Moesch avança, apontando que:

As implicações epistemológicas para a construção de uma teoria do turismo, sob uma concepção interdisciplinar, requerem a superação de paradigmas fossilizados em muitos discursos acadêmicos, institucionais e profissionais. (...) Uma epistemologia do turismo envolve cuidados teóricos, advindos de um entendimento complexo sobre uma prática social que se dissemina de forma diferenciada, a partir de subjetividades infinitamente diversas e de vivências múltiplas dos sujeitos que as praticam, em um mundo que se globaliza. (MOESCH, 2002, p. 25)

A autora, no decorrer do texto, específico sobre os desafios do próximo século do turismo, produz um histórico de relações e abordagens do turismo, primeiramente articulando com o pensamento cartesiano, e, posteriormente, lançando a interdisciplinaridade enquanto um

³A OMT – Organização Mundial do Turismo produz uma série de dados, estudos, além de ser um fórum para tratar questões voltadas às políticas do turismo mundial.

caminho a trilhar, o que de fato está atualizado com a profusão de estudos de turismo em várias áreas.

A análise das múltiplas dimensões do fenômeno turístico (econômica, social, subjetiva, tecnológica, temporal, espacial, etc) é um caso fecundo de hibridização disciplinar, pois permite o encontro de novas hipóteses e esquemas cognitivos, levando as articulações, organizadoras ou estruturais, entre categorias isoladas, possibilitando conceber a unidade do que pareceria fragmentado. O olhar interdisciplinar, que possibilita a troca e a cooperação, possibilita a organicidade, estabelecendo pontos entre ciências e disciplinas não comunicantes que, por meio do fenômeno turístico, são ultrapassadas e conservadas, apontando a permanente incompletude do processo de investigação teórico, desafio posto para os sujeitos implicados numa concepção de sustentabilidade prática e teórica para o turismo do próximo milênio. (MOESCH, 2002, p. 43)

Utilizando-se de Jafari, Lemos (2002) reforça a ideia de construção teórica do turismo, com uma série de autores de diferentes países preocupados com a construção teórica e metodológica do turismo:

Jafari (1999) vem chamando da era do cientificismo no turismo, ou processo de cientificação que está sendo construído por outros autores como Maccannel (1999) nos Estados Unidos, Shaw e Williams (1999) na Inglaterra, Valenzuela (1999) na Espanha, Montanari (1999) na Itália, Leontidou (1999) na Grécia, Truppen (1999) na França e Schnell (1999) na Alemanha. Todos são trabalhos recentes, que evidenciam essa tendência na construção teórica do turismo. (LEMO, 2002, p. 83)

Sampaio (2007) busca justamente avançar em uma compreensão ampla do turismo, amalgamando fatores e utilizando diversas contribuições das diferentes ciências para analisar com profundidade o objeto turismo:

O turismo é um fenômeno que pode ser observado sob diversos contextos: o contexto histórico, o econômico-administrativo, o filosófico-político-sociológico e o ambiental (...). Esses contextos são interdependentes, cada um interagindo com o outro, ora se complementando, ora se contradizendo. Nessa encruzilhada de relações, tem-se como objetivo analisar o tema turismo na sua complexidade sistêmica, ou melhor, como fenômeno humano. (SAMPAIO, 2007, p. 149)

A partir das várias possibilidades de estudo do turismo, é possível identificar quatro grandes dimensões, que serão elencadas separadamente, contudo, possuem confluências e articulações, já que é perceptível em muitos estudos a articulação da análise econômica com a espacial, da análise de movimentos da população com a investigação da relação turista x população residente da cidade turística. (entre outras várias interseções)

[I] a primeira é a econômica, considerando o papel do turismo enquanto atividade do terceiro setor, enquanto fonte de renda de cidades e países, os serviços e as atividades impulsionadas pelo turismo, e, a relação direta entre o turismo com a hotelaria, e com a segunda residência, destacando as diferentes formas imobiliárias, como hotéis, condomínios residenciais, condo-resorts, loteamentos, entre outras. Além disso, trata-se das diferentes

modalidades do turismo, por exemplo, o turismo de sol e praia, o turismo de montanha ou de frio, o turismo residencial, o ecoturismo, o turismo cultural, o turismo sexual, o enoturismo, o religioso, e muitos outros, identificando os principais impactos positivos e negativos na economia. Combinado e até mesmo competindo com outras atividades, sendo a atividade econômica única ou hegemônica, o fator econômico é proeminente.

[II] A segunda análise basilar do turismo é a perspectiva espacial, que reúne a urbanização, o meio ambiente, as transformações do espaço, os impactos no espaço, as estruturas e as formas turísticas, tratando substancialmente do turismo enquanto um processo articulado com o espaço, ao ponto de tratar de uma “urbanização turística” (MASCARENHAS, 2004; CRUZ, 1999). Os elementos do meio ambiente passam a ser alvos do processo de urbanização vinculado ao turismo, assim como há uma nova gestão do espaço, com espaços valorizados e desvalorizados, “luminosos e opacos” ⁴(como afirma SANTOS, 2008), reafirmando e aprofundando as disparidades sócio-espaciais, e, ainda, a análise de como o processo de turistificação tem relação direta com a produção, reestruturação e consumo do espaço.

[III] A terceira análise é entender o turismo enquanto uma experiência e um movimento da sociedade, que está atrelado à cultura, um momento de lazer e descanso, mas principalmente de uma descoberta de novos lugares, novas pessoas, com novas sensações, que de fato, poderão marcar a vida de uma pessoa, e, angariar conhecimento, oportunidades, entre outros, apontando a face subjetiva do turismo. Destacamos também estudos que analisam a relação entre turistas e residentes. Susana Gastal (2004) defende que o fenômeno turístico enquanto uma experiência social que envolve pessoas, isto é, uma atividade humana que envolve movimentos e comportamentos humanos, o uso de recursos, a interação com outras pessoas e com o meio ambiente. Uma experiência histórica, inicialmente presente principalmente nos círculos da classe alta, dos políticos, autoridades, empresários, e, que paulatinamente, no decorrer dos séculos, chega até outras classes, sobretudo, com características distintas nos espaços visitados, nas formas de transporte, na duração do lazer e do descanso, nas formas de recreação e na experiência no espaço.

[IV] A quarta análise trata do deslocamento das pessoas, um movimento da população de centros emissores de turistas para centros receptores de turistas, por um período, o que de

⁴ Remete a uma discussão de desenvolvimento, fluxos, rede técnica, produção, entre outros fatores, que sinalizariam o espaço luminoso, enquanto o espaço opaco remete ao subdesenvolvimento e limitação técnica, produtiva.

fato, representa a definição da OMT e de uma série de autores. Consideram-se os enormes fluxos mundiais de turistas, os espaços que mais são emissores e receptores, as causas dessa “fuga” temporária, o volume de capital gerado, entre outras questões que estarão centradas na população, principalmente transformada em números, isto é, a quantificação do turismo com o olhar fixo na população.

1.2 As raízes históricas e geográficas do turismo.

É preciso compreender que existe um contexto de crescimento do turismo de uma forma geral, o que de fato irá ter repercussões nas diferentes modalidades de turismo e nos diferentes modelos de turismo. Os fatores que compõe o contexto mais geral são fundamentais e impactam de forma substancial. Destacam-se, assim:

[I] avanço da urbanização e industrialização capitalistas nas primeiras décadas do século XX, alcançando países de diversos níveis de desenvolvimento;

[II] crescimento da população e da população urbana (que significa potenciais mercados consumidores), crescimento das grandes cidades, metrópoles, regiões metropolitanas e cidades médias, junto a introdução da lógica consumista;

[III] evolução técnica, que possibilita um avanço inestimável das infraestruturas, do transporte (nesse sentido o automóvel aparece como um ponto fundamental no processo), da comunicação e informação, contando assim com a compreensão do tempo-espaço como sugere HARVEY (1992);

[IV] Diminuição da carga horária de trabalho, conseqüentemente aumento do tempo livre, junto a um aumento do salário, como destaca Krippendorf (2002), com a advertência de ser um processo restrito a grupos específicos, já que o turismo é historicamente uma atividade elitista.

[V] Mais recentemente, a criação e a ampliação substancial do crédito, que facilita não só as viagens, mas a compra de residências secundárias. Assim como a rede de empréstimos formalizados em políticas de governo, para estimular os serviços turísticos, agências de viagens, sites, barateamento das viagens e possibilidades de parcelamento.

Há um crescimento vertiginoso do turismo, atrelado à necessidade do lazer e descanso, a necessidade do retorno ao meio ambiente, a busca do frio, do calor, do sossego, da agitação,

de novas sensações, experiências, a fuga da grande cidade, a busca por uma anestesia temporária da rotina estressante e de grande carga horária de trabalho, por um momento diferenciado - o sonho de passar as férias no litoral, ou um feriado em uma área de montanha ou serra, o charme e glamour de cidades, os serviços de alta qualidade de hotéis, uma residência secundária de frente para o mar.

George (1973) trata especificamente do retorno ao meio ambiente, tanto das bordas metropolitanas, quanto das cidades médias e pequenas. O autor aponta para um novo sistema que envolve o verde, sobretudo, uma ressignificação do meio ambiente, tomado enquanto uma mercadoria a ser utilizada principalmente pelo turismo e pelo mercado imobiliário, com vários exemplos de cidade em todo o mundo. O verde “natural” e o verde “artificializado” passam a ser trunfos para qualificar a cidade, tornando-se foco daqueles que moram em cidades poluídas, com ausência ou resquícios de espaços verdes.

A força do discurso do retorno ao meio ambiente no século XX é reforçada em grandes eventos, conferências e políticas, vide o alarde sobre os impactos ambientais em larga escala, que já causavam preocupações de inúmeros segmentos da sociedade. Contudo, o próprio George se mostra cético à política ambiental, tanto quanto cético às preocupações ambientais do turismo. Amalgamado ao verde, e sendo um fator obrigatório para a construção e consolidação da cidade turística tem a infraestrutura, que possibilita, segundo o autor, a tríade acesso, condições da permanência e qualidade da permanência – fundamental para entender o crescimento do turismo em muitas cidades e regiões.

O mesmo autor reforça a importância da infraestrutura para a consolidação da cidade turística. O acesso até a cidade que apresenta o elemento verde (mercantilizado) deve ser estruturado, ou seja, compreendemos, em um cenário atual, todas as vias possíveis de ligação entre espaço emissor e receptor de turistas e moradores temporário, além de rodovias, a proliferação de aeroportos e heliportos nas cidades médias. Adicionalmente, a cidade deve ser capaz de garantir a permanência do turista e morador temporário e oferecer qualidade, o que passa por serviços básicos como água, luz, até mercados, restaurantes, atividades de lazer, possibilidade de descanso, constituindo “um local de experiências e de especulações imobiliárias onde proliferam as construções correspondentes aos diversos níveis de clientela” (GEORGE, 1973, p. 91), o que fato une agentes públicos e privados locais, e, até mesmo projetos imobiliários de várias origens que se localizam nessas cidades pequenas e médias, que anunciam as belezas naturais locais, acrescidas da infraestrutura do condomínio, resort, condo-resort, loteamento de luxo. (RAMÃO, 2016, p. 5)

Os diversos meios de transporte, o crescimento exponencial da malha rodoviária, em alguns países a malha ferroviária, e, ainda, a evolução substancial das companhias aéreas, junto, a uma imensidade de espaços criados para abrigar o turista, para servir de lazer, descanso, aventura, trabalho, e, ainda, um embelezamento do espaço, que transforma, cria novas funções e usos para o espaço urbano ou rural.

O próprio George (1970) ressalta as inúmeras transformações no transporte e na comunicação na primeira metade do século XX, apontando alguns exemplos onde a velocidade de locomoção se acelerou substancialmente, transformando as relações econômicas e sociais no mundo, embora com a advertência de não ser um processo universal, e, estar restrito a uma lógica econômica, onde a distância-tempo seria secundarizada pela distância-preço, ou seja, as pessoas com possibilidade financeira teriam maior condição de se locomover pelo espaço nessa nova velocidade. Mais tarde, Harvey (1992 [1989]) irá tratar da compressão do tempo e do espaço, justamente essas transformações das tecnologias no decorrer da história, diminuindo consideravelmente o tempo de locomoção e a velocidade dos meios de transporte, atendendo, peremptoriamente as classes mais abastadas de forma prioritária.

1.2.1 Da prática à atividade econômica na lógica do capital.

Há uma importante transformação a partir da segunda metade do século XIX, quando o turismo deixa de ser apenas uma prática de um grupo seletivo e de elite, que busca o lazer, o passeio, o descanso, uma recuperação de um estado físico-psicológico, entre outros pontos afins, para se tornar uma atividade produtiva, com uma marca territorial. Para compreender o significado de territorialização, Sánchez (1991) explica que cada atividade produtiva exerce uma forma particular de incidência no espaço, e cada mudança de atividade produtiva provoca repercussões territoriais. Uma nova dinâmica econômica dominante teria como consequência uma nova especialização funcional do território, ou seja, a incorporação do turismo enquanto uma atividade produtiva relevante significa que uma das consequências serão transformações no território, inclusive contando com novas funções, formas, objetos, usos do território. Ainda é possível acrescentar, que infraestruturas já existentes no território podem ser utilizadas da mesma forma ou ressignificadas pelo turismo.

Dessa forma, o turismo em suas mais distintas modalidades e por conta de contextos no espaço-tempo, condições naturais, entre outros fatores, poderá produzir territorializações distintas:

El caso del turismo nos presenta un uso de intensidad territorial variable em relación a la fuerza de trabajo ocupada y al valor económico obtenido por unidad de superficie, dentro de bloques de apartamentos, de hoteles, en comercios, etc., pero en cambio, ligada a la climatología, en muchos casos de forma estacional y, por lo tanto, con un uso también estacional de la fuerza de trabajo. Recordar que nos referimos esencialmente al turismo como sector productivo, y no al espacio de ocio en general. (SÁNCHEZ, 1991, p. 156)

Ao tratar como um setor produtivo e não meramente um espaço utilizado para o ócio, é possível compreender a existência de uma intencionalidade da produção do espaço, ou como o autor sugere, da dinâmica territorializadora do turismo. É verdadeiramente a passagem de um espaço tomado por uma prática de viajantes, para um espaço pensado, produzido e organizado para se tornar um espaço a ser consumido. Segundo Rita Cruz (1999, p. 66) “o turismo é a única atividade econômica em que o consumo do espaço constitui sua razão de ser”, logo, o turismo tem o espaço enquanto um produto, e depende da produção do espaço e de condições do uso desse espaço, para acumular capital.

Há vários serviços importantes na cidade turística, pensados exclusivamente para o turismo, e o mais interessante, pensados para o tipo de turismo específico da cidade, e, ainda, serviços gerais, e, que são importantes para criar uma infraestrutura básica na cidade turística, são esses: a hospedagem, nas suas mais variadas formas, atendendo as mais diferentes classes, do resort de luxo ao albergue com preço “popular”; o setor de passeios e atividades; serviços bancários; comércio em geral e específico do setor turístico dominante, por exemplo, o comércio de casacos em espaços turísticos que exploram o frio e a montanha, ou a moda de praia em espaços turísticos de sol e praia; quiosques, restaurantes, bares, com aspectos e produtos específicos de praia, montanha, calor, frio, e, ainda referente a cultura local ou regional; serviços coletivos e individuais, simples e complexos, populares e elitizados (CRUZ, 1999; SÁNCHEZ, 1991). A lógica é de que para se desenvolver enquanto cidade turística é preciso políticas públicas para criar condições de atender a demanda de turistas, e, para atrair empreendimentos e serviços privados para compor esse conjunto de bens, serviços e infraestrutura⁵. O Estado, assim, será fundamental para a estruturação do turismo no espaço, pois é preciso considerar a construção de infraestrutura, a renovação dos espaços turísticos, a propaganda, a articulação com outras cidades, e, com políticas em várias esferas.

⁵ Por mais que existe um conjunto padronizado de bens, serviços, infraestrutura para atender turistas, cada cidade poderá ter uma variação, principalmente de serviços mais específicos, para atender o segmento de turismo da cidade, o perfil dos turistas, uma “necessidade” imediata ou relativa a um contexto. Como exemplo, pode-se citar a necessidade de casas de câmbio para a compra de dinheiro em espaços turísticos que recebem grande fluxo de turistas estrangeiros.

O processo de transformação da prática turística em atividade econômica, profissional, sistematizada, que envolve a produção do espaço para o turismo, e, conseqüentemente, para o lucro, é obviamente elástico, de acordo com a realidade do país, contando também com a influência de países vizinhos, principalmente no caso europeu. A própria expansão pelo espaço do turismo enquanto uma atividade econômica significa uma forma de reprodução do capital, semelhante a outras atividades econômicas capitalistas que se expandem economicamente para ampliar o seu domínio.

Os deslocamentos, como necessidade temporária ou por lazer e entretenimento, sempre fizeram parte da história das civilizações. A partir de meados do século XIX, o turismo e a hotelaria foram sendo desenvolvidos, pouco a pouco, como atividades empresariais, mas foi no século XX que se constatou notável progresso tanto em termos quantitativos (número de viajantes, hotéis, agências, empregos diretos e indiretos etc.) quanto qualitativos (treinamento de pessoal, melhoramento da infraestrutura etc.). (STILPEN e SOUZA, 2006, p. 3)

Silva (2004) ressalta o papel da elite e o espaço europeu:

Até o final do século XIX, as praias ainda eram uma novidade como um espaço de lazer e poucas pessoas aventuraram-se a tomar banhos de mar, preferindo nada em rios e lagoas ou freqüentar os balneários serranos. Parte da elite social e econômica, porém, influenciada pelas novidades da Europa, passou a construir empreendimentos turísticos – hotéis, chalés, casas – à beira-mar, criando os primeiros balneários litorâneos. (2004, p. 76)

E, finalmente Rita Cruz, que identifica uma nova organização, que de fato simboliza uma espécie de profissionalização do turismo:

O turismo surge, como atividade econômica organizada, em meados do século XIX e, àquele tempo, utilizava-se, integralmente, de infraestruturas criadas em função de outros usos do território. De lá para cá, entretanto, a atividade deixa, paulatinamente, de ser uma usuária passiva do espaço para tornar-se mais um agente condicionador de sua construção e reconstrução. (CRUZ, 1999, p. 1)

Há uma série de exemplos contundentes para demonstrar como o turismo enquanto atividade econômica se expande enquanto ideia e política pelo mundo ocidental principalmente, e, nesse sentido, tendo o espaço europeu e estadunidense como referências para o Brasil. No Brasil, teremos o Rio de Janeiro enquanto uma das primeiras cidades que irão investir nessa ideia e nas políticas de cidade turística, e, conseqüentemente, como a capital influencia as cidades do interior do estado, e, no caso específico do Rio de Janeiro enquanto capital do país, essa influência extrapola o estado e a região sudeste. No bojo da expansão do turismo enquanto atividade econômica há o fortalecimento do turismo de sol e praia, uma das principais modalidades de turismo até hoje, que obviamente para se desenvolver precisa reconstruir a ideia e a função da praia, de um espaço renegado para um espaço disputado, tanto para o lazer, quanto para o investimento em infraestrutura do poder

público, para a ocupação das pessoas e moradias, e, conseqüentemente, para o mercado imobiliário, rede hoteleira, serviços, etc.

Há alguns exemplos de cidades que se tornam turísticas nesse contexto. Inclusive é importante observar as grandes reformas urbanas nesse contexto e de que forma a produção do espaço com mais infraestrutura, mais comunicação e articulação, e, com projetos de embelezamento, influenciam o fluxo turístico. O caso de Paris na segunda metade do século XIX, a partir das reformas de Haussmann (década de 1850) é uma referência para muitos países do mundo de reforma urbana, e, especificamente para o Rio de Janeiro, a reforma de Haussmann é reproduzida em parte por Pereira Passos no início do século XX, ao ponto de ser intitulado como o Haussmann tropical (BENCHIMOL, 1990). Há três pontos da reforma de Haussmann que serão fundamentais: [I] a necessidade de construção de infraestruturas, que melhore as condições de trânsito no espaço urbano, e, que qualifique a permanência nesse espaço, que contou com investimento em rede de esgoto, água, gás, iluminação, e, abertura para novas construções e avenidas grandes; [II] O embelezamento do quadro urbano, com praças, arborização, e, definitivamente um novo padrão estético, que inclui novas classes ocupando o espaço anteriormente de classes mais pobres, e, novas construções para substituir imóveis precários e aglomerados, dando um novo sentido simbólico, de modernidade, segundo Harvey (2015, p. 145) com “estruturas de consumo e espetáculo”; [III] um processo exponencial de remoção de pessoas pobres e de habitações que se tornavam incompatíveis com a nova Paris, e, conseqüentemente, uma gestão do espaço com interesses notórios de deslocar a população pobre.

FIGURA 1 - PARIS ANTES DA REFORMA DE HAUSSMANN



Fonte: geografia193.wordpress.com Acesso em 05/10/2020

Os espaços indesejados para a nova Paris que se erguia seriam removidos, deixando nítido o padrão estético, de uma cidade organizada, moderna e bela, contrapondo uma cidade, ou pelo menos uma parte central empobrecida, desorganizada e atrasada; e, de um padrão ético, a ética burguesa, funcionando com a ótica do mercado imobiliário, e, de um desejo de reinvenção do espaço urbano. Tornando-se uma cidade bela, moderna e com ampla mobilidade, Paris se torna uma cidade atrativa a visitantes.

Assim, mesmo não sendo uma obra arquitetada para o turismo, a Paris que surge se torna um produto também utilizado para o turismo nas décadas seguintes. A Reforma de Haussmann irá cessar na década de 1870, porém em 1889 temos a abertura do ícone da Paris turística, a torre Eiffel, incorporada a essa cidade turística que surge. O turismo também tem o poder de incorporar elementos já existentes, sobretudo, para a exploração a partir do turismo histórico e cultural, com destaque em Paris para o museu do Louvre (1793) e do Arco de Triunfo (1806), entre outros pontos.

Examinando as transformações do espaço em Paris da segunda metade do século XX, David Harvey indica o cenário de crise do capitalismo e de sucessivas crises econômicas enfrentadas pela capital francesa, que se somavam a outras questões internas de ordens econômicas e urbanas. A reforma de Haussmann enfrenta essas problemáticas.

A transformação das relações espaciais externas exerceu uma pressão muito grande sobre o ímpeto de racionalizar o espaço interno da própria Paris. As explorações de Haussmann nesse aspecto evidentemente se tornaram uma das grandes lendas do planejamento urbano modernista. Apoiado pelo imperador e munido dos meios de absorver os excedentes do capital e mão de obra em um vasto programa de obras públicas, ele elaborou um plano coerente para reorganizar a estrutura espacial da vida social e econômica na capital. Os investimentos cobriram não apenas uma nova rede de ruas, mas também esgotos, parques, monumentos e espaços simbólicos, escolas,

igrejas, prédios administrativos, moradias, hotéis, instalações comerciais etc (HARVEY, 2015, p. 152-153)

Figura 2 - PARIS APÓS A REFORMA DE HAUSSMANN



Fonte: geografia193.wordpress.com Acesso em 05/10/2020

O embelezamento do quadro urbano e o maciço investimento em infraestruturas são acompanhados por intensas remoções, e, ajustes espaciais que deslocam a população pobre e indesejada no centro da cidade para outros espaços.

(...) A expulsão de “classes perigosas” e das habitações e indústrias insalubres do centro da cidade -, um dos mais claros efeitos de seus esforços foi a melhora na capacidade de circulação de mercadorias e pessoas dentro dos limites da cidade. A construção de cerca de 145 quilômetros de espaços bulevares, que reduziram de forma notável o custo, o tempo e (em geral) os eventuais estorvos de deslocamento, facilitou a entrada e saída de mercados centrais como Les Halles, a ida e volta de lugares de recreação (Bois de Boulogne durante o dia, os grandes bulevares à noite). (HARVEY, 2015, p. 154)

Reafirmando que mesmo não sendo uma reforma turística, pois há interesses comerciais, de mobilidade de mercadorias e pessoas, Haussmann projetou nessas duas décadas a cidade que se desenvolveu no século XX como uma das principais referências do turismo no mundo. Apenas a torre Eiffel por muitos anos recebeu o número de turistas estrangeiros próximos que o Brasil recebia no mesmo período. A Paris turística tem uma característica importante, que de fato não se estende a toda cidade turística, a manutenção de um conjunto arquitetônico, paisagístico, de referência histórica e cultural, junto à capacidade de se reinventar, com obras e novos arranjos. O projeto dos últimos anos aponta para uma formação de um corredor de turismo integrando a torre Eiffel espaços próximos, criando novos passeios, por exemplo, em

meio a uma natureza produzida. A Paris de Haussmann ainda dinamizou o transporte, com o crescimento da malha ferroviária de quase 2000 mil km para mais de 17 mil km entre 1850 e 1970, facilitando a chegada a Paris por vários caminhos.

Um aspecto importante na consolidação da cidade turística, que quase sempre é escanteado nas análises do turismo, é a publicidade. Principalmente nesse momento de crescimento inicial da economia do turismo, enquanto uma atividade produzida e organizada, será preciso investir tanto na divulgação da cidade e nos seus atrativos naturais, culturais, históricos e investir na própria divulgação do turismo enquanto um produto. O turismo precisa ser construído enquanto uma necessidade, e a propaganda e o marketing são ferramentas indispensáveis para colocar uma cidade turística em destaque, e nesse momento de fim do século XIX e início do século XX, significa se comunicar a partir de jornais, revistas, da rádio, com guias turísticos, panfletos, entre outros modos

. Em Lisboa, Portugal, em 1898, foi lançado um guia turístico, para mostrar ao visitante os principais pontos da cidade, com rotas e atividades possíveis de cunho histórico e cultural. É uma amostra da transformação do turismo em uma atividade produtiva, com espaços criados com a finalidade do turismo, e, outro elemento fundamental, que é a propaganda. O guia é feito em português e francês e está atrelado aos Grandes Armazens Grandella, do empresário Francisco Grandella⁶.

⁶ Consultar o site <https://eshtoris.hypotheses.org/> para mais informações.

Figura 3 GUIA TURÍSTICO DE LISBOA – SÉCULO XIX



Fonte: MACHADO, 2015.

Segundo Machado:

Desejando proporcionar ao visitante/cliente uma boa estada em Lisboa, este guia descreve cinco itinerários para quem pretenda conhecer a cidade com a menor perda de tempo e descreve sucintamente os locais e monumentos a visitar durante o percurso. Salientamos que qualquer dos itinerários tinha sempre início num dos andares dos Armazéns -“*dividimos Lisboa e seus arredores em 5 zonas, que, cada uma poderá ser visitada em um dia, dois dias ou uma semana. Um dia, sendo de relance, dois dias com atenção e uma semana minuciosamente.*” (MACHADO, 2015, p. 2)).

No caso português, o turismo exposto nessa guia está mais próximo de um turismo histórico e cultural, explorando exposições, roteiros para conhecer a cidade, as construções antigas, atrelado a uma produção de conhecimento. A história e a cultura se tornam produtos na lógica mercantil do turismo, e, em muitos casos teremos um recorte da história, inclusive uma manipulação para enquadrar uma cidade na economia do turismo. Exemplos crassos e mais recentes são as diversas cidades brasileiras que constroem relações mais ou menos verídicas com países europeus e se autodenominam como cidades alemãs do Brasil, cidades italianas do Brasil, cidade finlandesa do Brasil, ou no caso da América Central como Caribe Brasileiro.⁷ Dessa forma, a invenção da cidade turística, construída com diversos apelos

⁷ A referência para o marketing dessas cidades é a Europa, como uma marca do desenvolvimento, de um país rico, com história, e que tenha o mínimo de relação com a cidade, a partir de colônias ou até mesmo grupos pequenos

possíveis, mais ou menos conectada com a realidade e a veracidade, ocultando parte da cidade e parte da população, é um ponto central para a consolidação e expansão do turismo no mundo.

Reafirma-se que o turismo se torna um produto, e de forma geral, a cidade se torna um produto enquanto objeto de venda, comercializa-se a cidade de Paris, com a torre Eiffel em destaque, comercializa-se o Brasil litorâneo com suas belas praias, contudo, na prática, o que se percebe é a comercialização de uma parte da cidade, de um circuito turístico que é referenciado como a cidade, fazendo com que por exemplo grande parte dos turistas não visualiza os conflitos existentes, a desigualdade presente, enfim, os dramas cotidianos.

A formação da cidade turística do Rio de Janeiro é justamente uma amostra da fusão entre belezas naturais, a necessidade de infraestrutura e a construção discursiva e de publicidade, corroborando também com a afirmação que nem toda a cidade é turística mesmo se vendendo a cidade. Julia O'Donnell (2013), em seu trabalho sobre Copacabana, chama o processo de transformação sócio-espacial e da construção cultural de invenção. A invenção como a autora trata é justamente: [I] o trabalho de publicidade, repetido e ampliado, que pode ocupar várias frentes a apresentar uma série de objetivos, e no início do século XX significa principalmente os jornais de grande circulação, no caso do Rio de Janeiro há uma batalha na mídia carioca para consolidar a ideia de que Copacabana seria o novo Rio de Janeiro, representado pela praia, pelo banho de mar, pelo sol, pela modernidade, inspirada em grandes referências de países desenvolvidos. Até então o banho de mar não era atrativo, não era um costume, e, não tinha um significado para o morador do Rio de Janeiro, nem para o turista na cidade, logo, faz-se necessário uma mudança de mentalidade; [II] uma cidade maquiada, arquitetada e forjada para simular um produto turístico de extrema qualidade e deveras atrativo, e, uma cidade funcional, com possibilidade de acesso, permanência e qualidade na permanência (como aponta George, 1973). A unificação nesse caso de natureza e infraestrutura é essencial.

A invenção nesse sentido nunca é fortuita, pois como a própria autora mostra no caso de Copacabana, e, poderíamos estender a outros casos, como o de Cabo Frio, a invenção parte de um grupo seletivo, de frações de classe, que podem ter diversos interesses, como proprietários de terra, como construtores, como mercado imobiliário ou especuladores, como donos de serviços vinculados diretamente ao turismo, tanto novos negócios, quanto negócios em expansão.

de imigrantes. A referência do Caribe é estritamente pelas belezas naturais, que são comercializadas no mercado turístico, e, apresentam sucesso.

No fim do século XIX a cidade do Rio de Janeiro já apresenta transformações importantes, principalmente no transporte e na tentativa de conectar uma cidade superando obstáculos naturais. Assim, as linhas de bonde são expandidas, alcançando a zona sul, ainda com uma ocupação limitada, poucas construções, e, com um desinteresse histórico pela praia, contudo, com uma perspectiva de mudança futura e real, um espaço novo para acumulação.

Com os olhos firmemente voltados para o lucro imobiliário, a empresa associou-se, desde o início da expansão dos trilhos rumo ao sul da cidade, a grandes incorporadores, proprietários de terras e companhias de serviços públicos, especialmente as responsáveis pela implantação e pelo fornecimento de gás, água potável e sistema de esgoto. Ressalte-se, ainda, o papel fundamental do Estado, cujo interesse na ampliação de zonas (salubrementemente) habitadas se refletia no incentivo a tais investimentos, como podemos ver pela participação maciça de autoridades públicas no *lunchpraiano* daquele 6 de julho de 1892. (O'DONNELL, 2013, p. 18-19)

A reforma Pereira Passos no início do século XX (1903 – 1906) reproduz uma série de elementos da Reforma de Haussmann de Paris: o investimento maciço em infraestrutura- com novas redes de esgoto e de água, novas linhas de bonde, iluminação pública; o investimento estético com a abertura de avenidas, remodelação do centro da cidade, embelezamento do quadro urbano; e por último, um grave processo de remoção de cortiços, principalmente no centro da cidade, porém alcançando outros bairros.

Novamente, como no caso de Paris, mesmo que não seja uma reforma turística ou uma urbanização turística, a reforma Pereira Passos tenta produzir um centro da cidade moderno, atrativo e desvinculado da pobreza, da imagem das construções e da população. Reitera-se que essas reformas assim como outras estão concentradas nesse padrão estético e da ética burguesa de expansão e acumulação do capital, despreocupando-se com o destino da população removida, com política social, em uma reorganização do espaço com justiça social.

Nessa primeira década do século XX, os esforços de articulação do espaço urbano do Rio de Janeiro continuam, aumentando as possibilidades e a qualidade da integração entre região central e zona sul. Paralelamente, há uma transformação radical no bairro de Copacabana, que precisa da articulação com o centro da cidade, ao mesmo tempo, que tenta se tornar um bairro autônomo, descolado da cidade. Copacabana, dessa forma, segundo O'Donnell(2013) apresenta mais referências estrangeiras, como as praias americanas e balneários europeus, do que referências e articulações com as outras partes da cidade do Rio de Janeiro.



Fonte: geografia193.wordpress.com.br Acesso em 07/10/2020

A imagem de Atlantic City deflagra a importância da praia como espaço de lazer nos Estados Unidos no começo do século XX, e, mais do que isso, como já existe uma estrutura para receber a população, com um deck amplo, posto salva vidas, bares e restaurantes e tendas. Contudo, a própria referência da praia como espaço de lazer, e, concomitantemente, a produção do espaço no entorno da praia, com infraestrutura para receber turistas, para ter uma ocupação com residências, serviços diversos, incluindo hotéis, parte de uma nova concepção de uso e valor do espaço, já que historicamente, a praia é um espaço renegado. A mudança de concepção, e, do valor social da praia, transforma esse espaço em atrativo tanto para a população, para o Estado, os proprietários de terra, o mercado imobiliário, a rede hoteleira, os serviços, etc.

Segundo Pereira:

Ao descrever a produção das formas urbanas litorâneo-marítimas ao longo da “infância do turismo” – 1850 a 1930 –, Debié (1993) demonstra que as transformações na paisagem das estações mediterrâneas (Côte d’Azur, Cannes, Monaco, Antibes, Nice) iniciaram-se pelo desejo de estada durante a estação invernososa, o que resultou na elaboração de um espaço planejado, onde os calçadões (*promenades*) eram uma peça urbanística de sucesso, sendo as estações regidas por um apelo muito mais climático (invernal) do que balneário. Já com a presença da eletrificação e, principalmente, do automóvel, assim como a inauguração das estações de verão no litoral, os passeios perderam espaços para os *boulevards* litorâneos. (PEREIRA, 2014, p. 43)

Então, o turismo enquanto atividade econômica na lógica de mercado, a necessidade de viajar, de descansar, de ter um lazer, de recuperar a saúde em um espaço específico, o valor social da praia, as orlas exuberantes, a junção de infraestrutura e elementos do meio ambiente,

substanciados por um trabalho massivo de publicidade, produz um convencimento de novas necessidades, de novas possibilidades de consumo, de novos objetivos de consumo, de novos estilos de vida, de novos comportamentos, de novos espaços atrativos para investimentos, visita, de novos paraísos, destinos inevitáveis. A “invenção” dos espaços turísticos passa, sobretudo, por essa construção social, histórica, geográfica e ideológica.

Segundo Huerta (2019) há uma nova relação entre a população e seu meio ambiente, que tem consequência direta na ocupação do espaço. Uma mudança que surge a partir de uma série de recomendações terapêuticas, mas logo se amplia, até alcançar “à *la révolution des plages cariocas*”⁸ (HUERTA, 2019, p.4). A internacionalização da cultura de elite a partir da propaganda pelos meios de comunicação também é um ponto impositivo.

Figura 5 PRAIA DE PALM BEACH – FLÓRIDA EUA (1905 E 1900)



Fonte: geografia193.wordpress.com Acesso em 07/10/2020

E de fato, há ainda dois pontos elementares nessa discussão:

[I] As praias citadas americanas, o bairro de Copacabana, entre outros espaços, irão ampliar esse horizonte de um novo valor social e econômico da praia, contudo nesses casos, significa que a praia se torna um objeto de consumo, o que significa que nem todos terão o direito do consumo da praia. Como aponta O'Donnell (2013) há uma redefinição do padrão de acumulação imobiliário, e, de fato, o entorno ou a proximidade da praia não movimenta apenas o mercado imobiliário e o Estado, mas os proprietários de terra, a indústria da construção, os serviços específicos de um espaço turístico e serviços gerais. Há uma cadeia de serviços e

⁸ “A revolução das praias cariocas”.

espaços turísticos derivados nesse processo de redefinição do padrão de acumulação imobiliário. As praias urbanizadas, com grandes investimentos em infraestrutura para o turismo ou que de alguma forma servem ao turismo, surgem para atender uma demanda da elite. Os trajes das pessoas de Palm Beach, assim como de Atlantic City atestam para esse fato.

[II] Há também um sentido que unifica a questão cultural, de um novo modo de vida, de morar e de lazer, com a questão de classe, já que a invenção de Copacabana reproduzida insistentemente na mídia local, não sinaliza apenas para uma possibilidade de turismo e de uso da praia, mas da ocupação de um bairro por uma fração de classe moderna, civilizada, com valores das classes dominantes da Europa e dos Estados Unidos. Cada etapa para a consolidação de uma elite praiana em uma Copacabana turística simbolizava no campo simbólico, uma aproximação com os países desenvolvidos, assim foi com a necessidade de uma infraestrutura em Copacabana, com a ampliação das vias, reformas na orla, posto de salva vidas para diminuir as mortes por afogamento, e, também ocorreu no polêmico uso do maiô e de outros trajes de banho, na experiência de morar em apartamentos, em passar um final de semana em hotéis, em ter o banho de mar, o bronzeado com a exposição ao sol, a estética do corpo, entre outros fatores. (O'DONNELL, 2013)

Essa batalha discursiva travada para o crescimento e consolidação de Copacabana elitizada-praiana-moderna tem o periódico *Beira-Mar* como um dos grandes difusores, assim como “O Copacabana”. A auto exaltação e autoproclamação eram características marcantes do *Beira-Mar*, “Ao falar no “*nosso* seleta e aristocrático bairro”, na “*nosso* alta sociedade”, no “*nosso grand monde*” ou na “ *fina flor de nossa jeunesse dorée*” (...)” (O'DONNELL, 2013, p. 82).

As recorrentes menções que faziam pelas páginas do *Beira-Mar* a balneários europeus e americanos evidenciavam que a excelência de Copacabana não se estabelecia pela comparação com praias nacionais. Apresentada como “irmã de Miami e Nice”, de “Biarritz, Côte d’Azur, Deauville e outras praias famosas”, a praia carioca podia, na opinião sempre entusiasmada de Théo Filho, “se emparelhar às mais formosas do mundo, sem favor nenhum”. Havia ainda quem colocasse a praia brasileira em posição de superioridade, como Ramiz Galvão, para quem a curva copacabanense era “mais linda do que a Promenade des Anglais de Nice”, ou Sylvio Moreaux, que descrevia Copacabana como “a mais linda, a mais grandiosa, a mais poética praia do mundo, ao lado da qual empalidecem Miami e Palm Beach, Deauville e Biarritz”. (O'DONNELL, 2013, p. 123)

Vencer a batalha discursiva é legitimar um processo em curso, dando mais holofotes e tornando o espaço de Copacabana mais atrativo para novos investimentos públicos e privados. A acelerada ocupação do espaço, principalmente por prédios ao redor da orla simbolizava a vitória de uma fração de classe, de um estilo de vida e de formas de ocupação do espaço. O

hotel Copacabana Palace⁹, erguido em 1922 é um dos símbolos dessa vitória, referenciado até hoje.

Figura 6 AS TRANSFORMAÇÕES ESPACIAIS DE COPACABANA



Avenida Atlântica em Copacabana. Parte superior: 1906, 1926, 1930. Parte inferior: 1940, 2019. Fonte: geografia193.wordpress.com Acesso em 12/10/2020

A evolução da paisagem e a transformação do espaço mostram um processo avassalador de produção do espaço, onde a praia é o vetor principal de atração. A acanhada orla do começo do século XX, no decorrer das décadas, aumenta substancialmente de tamanho, criando uma separação da praia, justamente para a água do mar não ser uma ameaça às construções, e ganhando paulatinamente novos objetos, serviços e espaços, momentâneos ou fixos. A população do bairro cresceu exponencialmente, Crescimento da população de Copacabana de 1500% de 1906 até 1970, enquanto o restante da cidade crescia em 240% (O'DONNEL, 2013), e depois de 1970 o fluxo de turistas e moradores temporários ainda acrescenta em determinados períodos do ano uma população flutuante significativa.

⁹O Copacabana Palace, o mais famoso hotel do Brasil, chega ao século XXI como parte natural da paisagem da Zona Sul carioca e como marco inabalável de uma já não menos natural associação da região a signos como status, cosmopolitismo e lazer. Destacando-se por sua dimensão e opulência, o edifício integra um panorama formado por um verdadeiro paredão de prédios de mais de dez andares que, conforme o ângulo a partir do qual se olha, o tornam invisível a quem caminha pela praia. A situação encontrada por nosso visitante era, como é de imaginar, bastante diversa. Visível de qualquer ponto do Leme ou de Copacabana, em 1922 a construção de seis andares se destacava, soberana, sobre os palacetes que, com seus dois ou três pavimentos, reverenciavam a magnitude do novo edifício dando as boas-vindas à civilização que se impunha como monumento. (O'DONNEL, 2013, p. 106)

1.3 Cabo Frio: O castelo misterioso com a princesa adormecida à espera do príncipe.

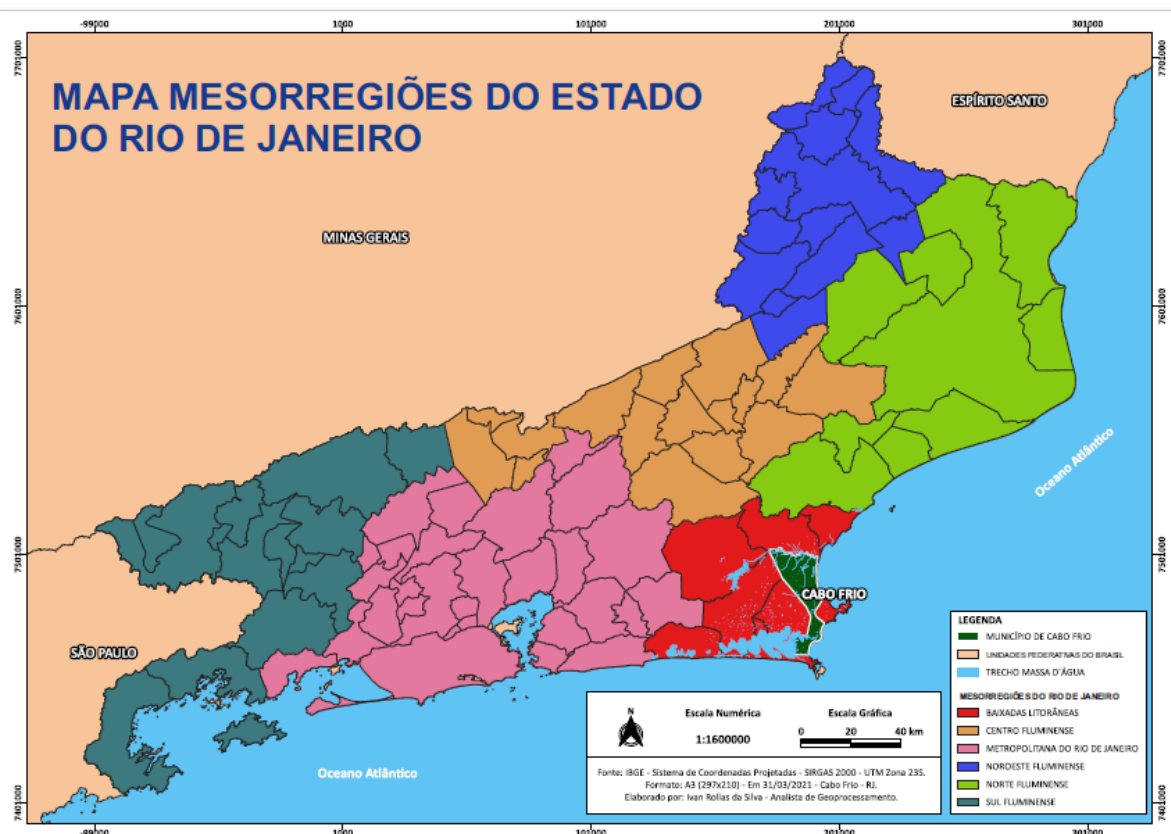
A rede de influências, que tenta aproximar Copacabana às praias americanas e aos balneários europeus, que tenta transformar a reforma Pereira Passos em uma cópia tropical da Reforma de Haussmann, é de fundamental importância para perceber as aspirações da elite carioca, e, dessa nova elite que tenta de forma incisiva ser constituída e reconhecida em Copacabana. A partir do crescimento do bairro, de todo o sentido social e cultural da civilização moderna elitista e praiana, esse “modo de vida” carioca se expande não só na formação da CIL – Copacabana, Ipanema e Leme, mas também avança para além da cidade e do estado do Rio de Janeiro, atingindo outras capitais litorâneas do Brasil, e, no estado do Rio de Janeiro, atingindo outras cidades, e, de fato, Cabo Frio terá Copacabana como referência. Contudo, mais do que apenas uma referência de uma cidade do interior, que tenta crescer economicamente a partir de uma possível e futura consolidação do turismo, a cidade de Cabo Frio é também uma projeção de novo espaço turístico e fundamentalmente de investimento de empreendedores do Rio de Janeiro e do governo do Estado.

A produção do espaço turístico transforma a cidade, e atribui novas formas, novas estruturas e principalmente novas funções do espaço, para usar os elementos de Lefebvre (1974). É nesse sentido que a investigação de Cabo Frio se torna de grande relevância. A cidade localizada a cerca de 150 km da capital Rio de Janeiro, no leste metropolitano, é uma das cidades mais antigas do Brasil, primeira feitoria na colonização estabelecida por Américo Vespúcio, tem sua fundação em 1615. A cidade abarcava um grande território, origem de muitas cidades da Região dos Lagos, que é uma denominação clássica, para um conjunto de cidades que tem como referência a Lagoa de Araruama (Saquarema, Araruama, Iguaba Grande, São Pedro da Aldeia, Arraial do Cabo, Armação dos Búzios e Cabo Frio) ou no termo técnico laguna, por se tratar de água salgada. Há ainda a regionalização turística, que seria a Costa do Sol, e, a regionalização político-administrativa de Região das Baixadas Litorâneas, nessas últimas duas regiões com a inclusão de mais cidades.

Atualmente, a cidade faz fronteira com Araruama, Armação dos Búzios, Arraial do Cabo, São Pedro da Aldeia, Casemiro de Abreu e com o Oceano Atlântico. Além da laguna de Araruama, a cidade de Cabo Frio conta com praias de areia clara e fina, com exceção da Praia de Tamoios, atual segundo distrito, que tem a areia com um tom mais amarelado; com áreas de baixada e vegetação de restinga; temperaturas médias altas, com o calor em parte amenizado

com o vento procedente do oceano, com pouca incidência de chuva durante o ano, uma das menores médias do estado do Rio de Janeiro.

Figura 7 CABO FRIO - RJ



Fonte: mapa produzido por Ivan Rollas, 2021.

Não existe uma vocação turística de Cabo Frio, algo que acompanha o surgimento da cidade, pelo contrário, Cabo Frio era um pequeno núcleo do interior do estado, com sérios problemas de acesso e infraestrutura, historicamente vinculado a atividade da pesca e posteriormente ao sal. O discurso de vocação ou de um destino irrevogável para o turismo é justamente uma forma de conquistar apoio da população e da classe política para legitimar uma transformação política, econômica, social, cultural e espacial. Há gradativamente no século XX, uma produção do espaço, uma produção de uma imagem, onde a cidade se torna um produto, com intencionalidade, uma ordem e uma produção material, já que a infraestrutura é algo indispensável para a consolidação da cidade turística.

A história e a geografia urbana e econômica da cidade de Cabo Frio estão relacionadas com a lagoa e o mar, por muitos séculos com a relevância da pesca artesanal, além de uma

atividade econômica uma forma de sobrevivência, contando com uma marca importante que são núcleos de pescadores, onde vão se constituindo bairros importantes da cidade. A partir de 1801, com o fim do estanque do sal (proibição de produção de sal pela Coroa Portuguesa), a atividade salineira se desenvolve no município e na região, transformando não só a paisagem, mas produzindo espaços de produção da indústria salineira, com as grandes salinas e posteriormente com as fábricas, em toda região, tendo como referência a lagoa de Araruama. A atividade salineira é instável, tendo um número variado de salinas em atividade, assim, periodicamente uma salina poderia ser desativada e posteriormente reativada. A instabilidade também é da população, nesse período de fim do século XIX e início do século XX, ora com acréscimos demográficos relevantes, ora com um ritmo mais lento, e, até mesmo com decréscimos demográficos, no ano de 1890 com 10.382 habitantes, no ano de 1900 com 8.791 habitantes e no ano de 1920 com 16.475 habitantes. (CHRISTÓVÃO, 2011)

E nessa balança de agentes locais que aspiram a economia do turismo para Cabo Frio, e, agentes externos que entendem a cidade do interior como um novo espaço de investimento no turismo, pelo menos inicialmente, a força dos agentes externo é consideravelmente maior: seja a partir do fluxo de turistas, da propaganda feita ainda no início do século XX e, da ausência ou limitação da infraestrutura básica no município, inclusive de água potável e luz elétrica, junto a reduzida receita municipal.

Na cidade do Rio de Janeiro é apenas uma parte da cidade que se torna turística, com amplo destaque para Copacabana, mas imediatamente ampliando para bairros vizinhos. Formou-se assim um circuito turístico no Rio de Janeiro, que evoluiu no decorrer das décadas para outros espaços e com outras modalidades. Mesmo com essa evolução, o circuito turístico do Rio de Janeiro continua restrito pela dimensão espacial da cidade, e, também por explorar com maior contundência o turismo de sol e praia e o turismo residencial. Para o crescimento de Copacabana (ou da CIL), seria indispensável o investimento na ligação dessa parte da cidade com o centro. Nesse sentido, para Cabo Frio, seria necessário o grande investimento de infraestrutura local, na mobilidade urbana da cidade, mas fundamentalmente, da integração de Cabo Frio com a cidade do Rio de Janeiro, de onde viria grande parte do fluxo de turista das primeiras décadas do século XX. Assim, Cabo Frio não dependia apenas de mudanças internas, mas obrigatoriamente de obras de acesso até a cidade, que nesse contexto envolveriam a Região dos Lagos, Até 1974, data da construção da ponte Rio-Niterói, o trajeto entre a cidade do Rio de Janeiro até Cabo Frio se dava por duas possibilidades: a primeira contornando a baía de

Guanabara por Duque de Caxias e passando por Magé, através de uma estrada simples, e a segunda usando a balsa da praça XV até Niterói, conforme aponta o mapa a seguir:

Figura 8 TRAJETOS ENTRE RIO DE JANEIRO E CABO FRIO ANTES DA PONTE RIO-NITERÓI



Fonte: <https://salacristinageo.blogspot.com/2014/02/ponte-rio-niteroi-completa-40-anosua.html>

O caminho que contorna da baía de Guanabara demanda tempo, alonga a duração do percurso em relação a quem atravessa a baía sentido Niterói. A estação ferroviária de Maricá, existente desde o fim do século XIX, servia tanto para o transporte de carga, quanto o transporte de pessoas, já apresentava vários horários entre Maricá e Neves (Niterói) estende o seu percurso para Saquarema, e, em 1936 se estende até Cabo Frio, criando uma possibilidade para as pessoas que atravessavam a baía de balsa.

Nesse mesmo contexto, entre as 1920 e 1930 se fortalece um movimento importante, que chamaremos de excursionismo simbolizando o crescimento do fluxo de turistas, com regularidade, procedentes da cidade do Rio de Janeiro. As excursões eram publicadas em jornais locais, sendo um exemplo disso, o fato de que o Correio da Manhã, jornal de grande prestígio na capital, que apontava não só a possibilidade de excursões para a cidade de Cabo

Frio, destacando sempre as belezas naturais, como também as possibilidades de compra de terrenos, de chácaras e investimentos imobiliários.

Ao mesmo tempo que se erguia a Copacabana para uma nova elite carioca, grupos que não se enquadravam nessa elite, e tinham um potencial de poder de compra inferior, mas com possibilidades de gastar dinheiro com o lazer, enquadravam-se no padrão de consumidores de um novo espaço turístico no interior do estado.

Tabela 1 - CABO FRIO NO CORREIO DA MANHÃ

JORNAL O CORREIO DA MANHÃ – RIO DE JANEIRO	
Data da matéria	Conteúdo central de Cabo Frio da matéria
Correio da Manhã - 17 de junho de 1930	Dia 1, 2 e 14 de junho excursão para Cabo Frio – Marítima (ida) e terrestre (volta).
Correio da Manhã – 26 de junho de 1930	O Centro excursionista do Brasil em seu passeio tradicional a cidade de Cabo Frio, de grande valor histórico e de belezas naturais.
Correio da Manhã - 16 de julho de 1926	A cidade de Cabo Frio em Festas Inauguração da ponte Feliciano Sodré – chefe político local Domingos Gouveia – 5 mil pessoas percorrendo a cidade. “A cidade acha-se lindamente ornamentada”
Correio da Manhã – 2 de julho de 1930	Excursionismo Cabo Frio e Lagoa de Araruama – O relevante papel histórico da cidade de Cabo Frio, notável comércio, indústria de sal e pesca. Muito procurada pela natureza privilegiada e pelas magníficas praias para banho. Não fosse o problema da comunicação, Cabo Frio seria o centro preferido de estadia nas estações quentes.
Correio da Manhã – 9 de julho de 1930	Excursionismo - Excursão a Cabo Frio O centro excursionista brasileiro (...) excursão a tradicional e encantadora cidade de Cabo Frio, nos dias 12, 13 e 14 do ano corrente.
Correio da Manhã – 19 de janeiro 1936	O almirante Protogenes Guimarães, interessado em conhecer de perto todos os aspectos econômicos do estado do Rio de Janeiro. (...) irá hoje com a seleta comitiva, a Cabo Frio, onde visitará o parque salineiro daquela região.

Fonte: Jornal Correio da Manhã – Arquivos da Biblioteca Nacional. Quadro-síntese construído pelo autor, 2020.

A profusão de anúncios de excursão para Cabo Frio já aponta o quanto a cidade já era um destino atrativo pelas belezas naturais e pelo aspecto histórico, em um contexto ainda de domínio econômico de sal e pesca. As recorrentes excursões vendidas no Jornal Correio da

Manhã mostram o quanto a cidade já era requisitada e vista como um destino turístico, incluindo o apelo de praias para banho na década de 1930. Outro fato importante é o papel do jornal nessa comunicação, incentivando a prática do lazer, muitas vezes para uma fração de classe média, que não tinha o poder financeiro de compra de um apartamento em Copacabana. A mídia do Rio de Janeiro que “inventou” Copacabana iniciava a “invenção” de Cabo Frio e por extensão da Região dos Lagos, mas, a realidade da década de 1930 ainda era incompatível com a de uma cidade turística, pois havia uma carência enorme de infraestrutura básica, muitas vezes de água potável, e problemas estruturais, tanto de acesso, quanto de permanência do turista na cidade, que perdurariam nas décadas seguintes.

A matéria do jornal Correio da Manhã do dia 26 de junho de 1930 é bastante emblemática, pois afirma:

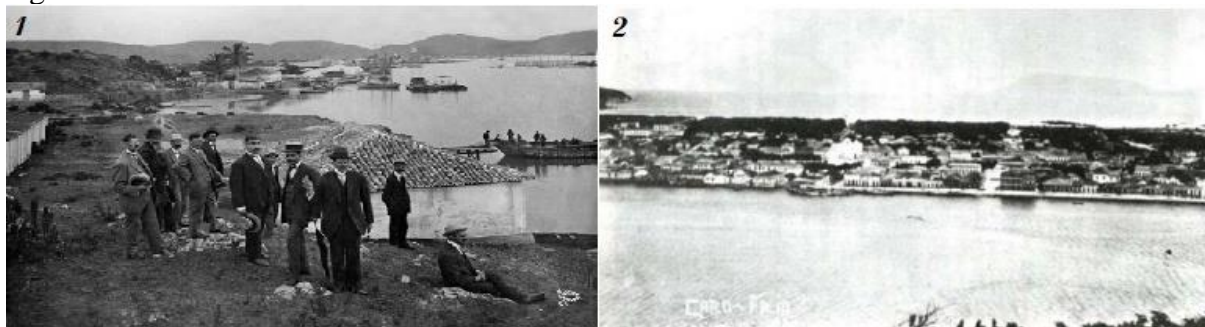
(...) A cidade detém um vasto patrimônio de belezas naturais e de imensa projeção para o futuro. Tais são: as belezas da linda cidade fluminense e tantas as suas possibilidades econômicas que, com justeza, espíritos amantes do lugar disseram: **Cabo Frio é um castelo misterioso onde a princesa de cabelos de ouro adormeceu ao longo dos séculos à espera do príncipe que venha a acordar.** (CORREIO DA MANHÃ, 1930)

A cidade assim apresenta belezas naturais, com amplo destaque para bonitas praias, mas também com grandes campos de dunas, a lagoa de Araruama, entre outros espaços verdes de restinga, manguezal, etc; tem monumentos históricos e espaços históricos que colaborariam para um turismo histórico e cultural; há um fluxo recorrente de turistas do Rio de Janeiro, interessados em consumir o espaço da cidade; ou seja, há um potencial para a exploração do turismo na cidade, porém falta ainda o príncipe, o Estado, nas esferas municipal e estadual principalmente, construir políticas públicas para investir na urbanização turística e na urbanização para o turismo, como ressalta CRUZ (1999), até mesmo para atrair empreendimentos, serviços e investimentos privados. Mesmo com a construção da ponte em 1926, que já é uma forma de atuação do governo do Estado do Rio de Janeiro, em uma cidade “ornamentada” e “embelezada”, a cidade carecia de muitos investimentos.

É bem emblemática essa matéria por mostrar a importância da presença do Estado, e, posteriormente dos investimentos privados, em um espaço com grande potencial de se tornar uma cidade turística. E, obviamente, que esse tipo de pressão, quase insinuando o desperdício pelo poder municipal e estadual de uma grande chance de alavancar a economia, gerar novas riquezas, e, criar um novo espaço de acumulação, não está presente apenas dessa forma poética.

José Lins do Rêgo e Rachel de Queiroz¹⁰ também a partir da mídia carioca fazem amplas críticas às condições da infraestrutura da cidade de Cabo Frio na década de 1940: o primeiro reclamando da falta de hotéis, conforto e de estradas de rodagem de qualidade, enquanto Rachel de Queiroz comparava a importância econômica do turismo com outras cidades, mas sinalizando o problema da pobreza, que deveria ser prioritário. (CHRISTÓVÃO, 2011) Os jornais de grande circulação servem novamente para expor a necessidade de produção do espaço turístico para atender com qualidade a demanda existente, e, fundamentalmente, garantir investimentos prósperos, expandindo empreendimentos já existentes no Rio de Janeiro ou simplesmente dando uma opção alternativa no interior do estado, tanto para empreendimentos, quando para turistas e moradores temporários.

Figura 9 Cabo Frio nas décadas de 1910 - 1920



Fonte: RAMÃO, 2015

Com uma pequena população, concentrada principalmente no lago da lagoa, a cidade de Cabo Frio na primeira metade do século XX renegava a praia em seu processo de urbanização, mesmo com os anúncios de excursões que exaltavam a praia e o banho de mar, o que de fato mostra ser uma prática consolidada no Rio de Janeiro, e, praticamente descartada na cidade de Cabo Frio. O mar significava sobrevivência e trabalho a partir da pesca artesanal, e, um espaço sem possibilidades de construção, desinteressante, e, até mesmo inseguro. A estreita faixa entre o mar, ao fundo da imagem 2, e, da lagoa, na frente da imagem 2, mostra também uma dificuldade do processo de urbanização, inclusive por conta da água do mar nos períodos de ressaca invadir centenas de metros, alcançando algumas casas que eram localizadas na parte central. Uma área de vegetação e um vasto campo de dunas faziam parte ainda da paisagem de Cabo Frio, especificamente da Praia do Forte, da primeira metade do século XX, ainda com poucos casebres.

¹⁰ Rachel de Queiroz terá uma coluna no jornal *Cruzeiro* entre 1944 e 1975, onde a cidade de Cabo Frio e o tema turismo também aparece em suas reflexões.

Alberto Lamego, na década de 40, no clássico “*O homem e a restinga*” reconhece o potencial de Cabo Frio, ressaltando a beleza da praia do Forte, tendo em uma de suas extremidades o Forte São Mateus, símbolo histórico da colonização portuguesa, mas adverte: “Praia, porém deserta. Incompreensivelmente abandonada. Apenas dois ou três casebres e uma residência moderna atestam a presença humana”. (LAMEGO, 2007, [1946], p. 12)

O autor ressalta o problema da água potável, que é um fator de repulsa para o veraneio, afirmando que mesmo tendo um custo alto, a canalização de água potável é urgente para a cidade (LAMEGO, 2007 [1946]). Afirma que o veraneio não se estabeleceria na cidade sob as condições que observava, e, que seria necessária uma transformação, principalmente na infraestrutura local. A ausência do príncipe, como sugere a matéria do Correio da Manhã - que aqui interpretamos livremente como o Estado - seria importante para arcar com essas obras de infraestrutura mesmo tendo um alto custo, estimulando serviços e empreendimentos privados ligados ao setor, mas, novamente, seria preciso compreender que a economia do turismo seria uma saída da cidade dominada economicamente por outras atividades, e, de fato, isso significa também, enfrentar uma política local, e agentes envolvidos diretamente com a indústria do sal.

Pierre George (1973) alerta sobre a importância da infraestrutura para a consolidação de uma cidade turística, sendo indispensável, e apresenta uma tríade¹¹: *o acesso*, que significa a infraestrutura dos centros emissores para os espaços receptores de turistas – um *acesso* facilitado agiliza o trânsito e a mobilidade das pessoas, possibilita muitas vezes o fortalecimento de um lazer de proximidade, entre cidades de até 200 km de distância, por exemplo, onde há um fluxo de turistas em finais de semana prolongados e feriados; *as condições de permanência*, que são justamente a infraestrutura básica para a estada do turista na cidade, e, o que não existia na cidade de Cabo Frio nessas primeiras décadas do século XX, como água potável disponível para esse público de turistas do Rio de Janeiro; e , *a qualidade da permanência*, que seria a existência de diversas gradações de serviços, espaços turísticos, especificidades da cidade turística, que segundo o autor, quanto mais complexa a qualidade da permanência mais caro essa estada tende a ficar.

Além desses pontos, um conceito que também explica esse movimento do Rio de Janeiro para Cabo Frio é o de turismo de proximidade. É importante destacar o conceito de turismo de proximidade, compreendido tanto em uma questão geográfica, de distâncias

¹¹ A tríade de George (1973) acesso-condições de permanência-qualidade da permanência se aproxima das ideias de urbanização turística e urbanização para o turismo tratada por Cruz (1999), já que ambos consideram a infraestrutura como ponto central na produção de cidades turísticas, e, a integração entre regiões metropolitanas ou grandes cidades e cidades de menor porte com potencialidades turísticas.

pequenas de percurso, quanto à proximidade no sentido afetivo, que pode significar maiores obstáculos a transpor no espaço, contudo podendo ser recorrente pelos laços construídos, e, de fato, tornando-se a opção prioritária para o lazer, descanso, aventura etc. Na relação com o turismo do Rio de Janeiro nesse contexto, a cidade de Cabo Frio pode abarcar os dois sentidos, pela proximidade geográfica já descrita, e, também pelo vínculo construído das pessoas com o espaço, que faz com que a frequência de excursões seja alta, e, o retorno das pessoas também seja comum.

El concepto de *turismo de proximidad* se refiere a diferentes prácticas, su utilización no sigue por el momento criterios uniformes. Por un lado, se trata de “*frecuentaciones que generan flujos tensos y cortos*” (Amirou y Bachimon, 2000:11). Por otro, es un “*turismo lento, pero también rico, poniendo de nuevo el viaje en el centro de la experiencia vivida*” (Astruc, 2009:107). La primera definición enfatiza la corta distancia entre el lugar de origen y el destino (proximidad geográfica) así como sobre la continuidad entre el modo de vida del turista y el de la población local (proximidad organizativa o de familiaridad). La segunda definición se interesa por el modo de transporte, justificando la intensidad de la experiencia en base a la lentitud del recorrido. Según esta última definición, la experiencia vivida sería el vector principal del turismo de proximidad. (DIAS-SORIA, 2014, p. 3)

O turismo de proximidade é fundamental para o crescimento turístico de Cabo Frio e da Região dos Lagos, já que a ligação inicial entre espaço emissor de turistas e espaço receptor de turistas era respectivamente do Rio de Janeiro para Cabo Frio. Assim, Cabo Frio já era um destino possível e relativamente próximo de capital, mesmo com as dificuldades de transporte, anesthesiado em parte pela proposta de excursões. Nesse sentido, as rotineiras excursões irão provocar o segundo sentido de proximidade, o afetivo, que será trabalhado na lógica do turismo residencial, igualmente anunciado nos jornais do Rio de Janeiro, coma possibilidade de comprar terrenos, chácaras e casas na cidade de Cabo Frio, e, com esse movimento de terrenos, construção e venda de casas em um ritmo crescente no século XX.

A proximidade em um contexto de urbanização concentrada e ainda deficiente, da primeira metade do século XX possibilita tornar Cabo Frio quase como um espaço de lazer do Rio de Janeiro, e, que na prática era mais do que isso, já que se vendia o turismo histórico da cidade nessas exposições do jornal Correio da Manhã, um segmento de extremo potencial e que não será fortalecida nas décadas seguintes. O desenvolvimento do transporte, do processo de urbanização, e, construção de infraestrutura, possibilita cada vez mais a cidade de Cabo Frio receber mais turistas e moradores temporários, contudo, fazendo esse paralelo, o fluxo de turistas cresce num ritmo maior do que a produção do espaço turístico e o investimento em infraestrutura.

1.4 Do consumo do espaço ao consumismo do espaço.

A primeira fase do turismo foi a transformação de uma prática social (e espacial) para uma atividade econômica, que transforma o espaço em produto, e, como aponta Lefebvre (2008) da mudança do espaço de consumo, de centros comerciais de grandes cidades, para o consumo do espaço, vinculado diretamente ao turismo, chamado pelo autor de “indústria do lazer” (termo extremamente polêmico e questionável). A segunda fase é de uma expansão descomunal do turismo no mundo, transformando o consumo do espaço em consumismo do espaço, popularizando o turismo, no decorrer das décadas do século XX, com o crescimento de espaços turísticos, serviços articulados diretamente e indiretamente pelo turismo, de infraestrutura indispensável no turismo, e, de propaganda tanto de cidades turísticas, quanto da necessidade do consumo do espaço turístico, da necessidade de lazer, descanso, de retorno da natureza, de fuga dos grandes centros, etc.

O crescimento da segunda moradia está combinado a esse processo. Lefebvre (2008), analisando o sentido simbólico da criação da segunda moradia, construída a partir de uma necessidade de lazer, de descanso, sendo uma moradia temporária, tendo um ponto fixo para a estada, sendo diferente da primeira, lugar da rotina e da monotonia. E, nesse sentido, uma segunda moradia, em um espaço totalmente distinto, numa realidade urbana de cidade pequena ou média, tendo menos de 200 km de distância do grande centro, apresentando uma proximidade, torna-se viável para aqueles que podem fazer esse investimento, e, dessa forma, Cabo Frio, e, toda a Região dos Lagos, gradativamente passam a ter um crescimento de segundas moradias, principalmente, nesse contexto inicial, de moradores temporários do Rio de Janeiro.

O processo de consumo do espaço e expansão do turismo tem relação com um processo maior, da própria criação de um modelo de sociedade fordista que se ergueu desde o início do século XX, destacadamente nos países centrais. O fordismo é um sistema que se baseia na superprodução e no superconsumo, e, que nas pretensões de Henry Ford, consolidou-se não só como um modelo de produção de automóveis, mas em um modelo de uma nova sociedade. Segundo Harvey (1992), a data simbólica do fordismo é o ano de 1914, quando se reúne as principais características do sistema, com a divisão do dia em três momentos, a esteira de produção, entre outros fatores. Independente de uma data formal, e, de um processo produtivo que sofria algumas mudanças e já aparecia com características novas no fim do século XIX,

essas primeiras décadas do século XX representa o mesmo recorte de tempo analisado anteriormente, onde as cidades passam por reformas, reestruturações econômicas e espaciais

Além de todas as características do processo produtivo que são fundamentais para a superprodução, a propaganda e a construção de novas necessidades eram centrais para transformar essa superprodução em um superconsumo, já que um desequilíbrio agudo nessa balança causaria uma crise, como ocorreu em 1929. O consumo do espaço era mais oportunidade de ampliação do lucro de muitas empresas existentes e de muitas empresas que surgem, assim como o turismo que se consolida como uma nova atividade econômica. “Pode-se conceber consumo como uma modalidade característica de nossa civilização industrial – (...) a de um processo de satisfação de necessidades.” (BAUDRILLARD, 1993, p. 205) O mesmo autor, ainda complementa: “O consumo, pelo fato de possuir um sentido, é uma atividade de manipulação sistemática de signos.” (ibidem, 1993, p. 206)

O sentido central da publicidade sofreu intensas mudanças no decorrer do século XX, e, do desenvolvimento da sociedade de consumo, da tecnologia e comunicação, pois há uma passagem de uma descrição completa do produto, com os elementos constitutivos, ressaltando as qualidades das peças, do material, para o comércio de um contexto de consumo, onde em muitos casos a composição do produto é secundarizada, pela primazia de mostrar as sensações que o produto pode oferecer, junto em muitos casos, a uma lógica de poder. O exemplo da venda de automóveis é significativo:

Figura 10 PROPAGANDA DO FORD T NO BRASIL EM 1914

Diário do Interior, terça-feira, 14.7.1914 — pesq.: J. A. Brenner, 11.6.2014 - Arquivo Hist. Munic.

OS AFAMADOS

Automoveis "Ford"

Os unicos superiores e por preços modicos
LEVES E DE EXTREMA SOLIDEZ
CONSTRUIDOS INTEIRAMENTE DE AÇO VANADIUM

Os unicos que tem dado provas de sua superioridade nos caminhos do interior



Os unicos que caminham sobre caminhos rudes e profundamente escavados.

MOTOR 4 CYLINDROS — 22 1/2 H. P.

Preço Rs. 3:300\$000

POSTO EM QUALQUER ESTAÇÃO DA ESTRADA DE FERRO
Ensinamos gratuitamente a guiar o carro

DEPOSITO DOS AUTOMOVEIS, PEÇAS DE RECAMBIO, ACCESSORIOS, ETC.

"CASA FORD", Santa Maria, Rio Grande do Sul

Fonte: Blog Deni Zolin - <http://wp.clicrbs.com.br/>. Acesso em 28/10/2019

Sob o auspício do fordismo, nas primeiras décadas do século XX, a produção de automóveis crescia em ritmo exponencial, e, tanto nos EUA, quanto no Brasil, a propaganda dos carros em geral era voltada para as potencialidades do carro: a qualidade das peças; resistência no sentido de duração temporal; o valor, enquanto possibilidade de compra e estímulo para a efetivação da sociedade de consumo que tem no automóvel um símbolo. A propaganda do carro Ford em destaque foi dirigida aos consumidores brasileiros em 1914, representa as características citadas, tratando especificamente do aço vanadium, que compõe a estrutura do carro, do motor potente, e da existência de peças e possibilidade de reparos e consertos, além de outras informações.

O foco no produto e nas suas qualidades materiais se dissolve paulatinamente nas propagandas, e, a sensação que o produto proporciona, o contexto de consumo e um cenário cada vez mais artificial são pontos basilares da propaganda da segunda metade do século XX para criar a necessidade de consumo. Os avanços da urbanização, da comunicação e da tecnologia, junto à ampliação da diversidade de produtos, alavancam ainda mais esse processo.

O fenômeno da publicidade é a engrenagem e a linguagem da economia industrial desenvolvida. Os anúncios invadem todo o nosso meio de vida, nas telas do cinema, na televisão, nas ondas de rádio, nos muros das cidades e nas margens das estradas, até nos objetos usuais, nos brindes ofertados para divulgação do nome de uma empresa, tudo tem um apelo publicitário. Com isso, a publicidade passou a fazer parte da vida do homem moderno, acompanhando-o em todos os lugares. (BARBOSA, 2001, p. 21)

Assim um carro potente terá sua propaganda vinculada a cavalos de corrida, um carro luxuoso estará em um espaço luxuoso, como uma mansão, os carros de teto solar atrelado à liberdade e modernidade, de forma que os próprios carros vão se tornando diversos e ganhando adereços, formas e funções que afastam do padrão do Ford T, e, novamente, estará atrelado a uma imagem. O exemplo do carro é simbólico para o fordismo e para uma sociedade construída a partir das bases do superconsumo, porque mostra que o consumismo não fica restrito ao automóvel; aponta que a mudança do padrão de propaganda é fundamental para produzir sensações e ativar o desejo do consumo; e, por fim se transforma numa fusão dos anúncios de automóveis com a necessidade de viajar e de lazer, de passar o final de semana em uma cidade turística, facilitada pelo automóvel. Tem dois exemplos elucidativos, o primeiro uma série de propagandas da Chevrolet no Brasil na década de 1970 e posteriormente a propaganda da Ford, o primeiro vincula a compra do carro à atividade do veraneio, a viagem para cidades turísticas, e, o segundo, na possibilidade de lazer mais próximo, um turismo de proximidade.

Figura 11 CHEVROLET E O VERANEIO

Descubra Vila Velha num Veraneio.

Descubra o Brasil num Veraneio.

Veraneio

Veraneio

Fonte: <https://www.propagandashistoricas.com.br/>

Os anúncios vinculam um carro grande, espaçoso, com amplo porta-malas, com a possibilidade de uma família viajar com fins de turismo, e, assim descobrindo o Brasil, seja no

primeiro exemplo em Vila Velha, no Espírito Santo, e, no segundo exemplo em Salvador na Bahia. O carro seria o meio eficiente para a família, em um Brasil em pleno crescimento urbano e de estradas, de conhecer novos lugares, de consumir novos espaços. Descobrir ainda tem o sentido de aventura, de passar horas na estrada, obviamente em um carro seguro e confortável.

Nessa mesma década a Ford tem um concorrente à altura, com os mesmos requisitos de tamanho, com o mesmo discurso de consumo do espaço com a família, de descanso e lazer, etc. Um dos anúncios do Corcel Belina da Ford consegue ser ainda mais restrito na ação e na sensação que o carro pode possibilitar, vinculando ao passeio do fim de semana, que de fato é ainda mais recorrente que uma viagem em um período de férias.

Figura 12 CORCEL BELINA E O LAZER NO FIM DE SEMANA



Fonte: <https://www.propagandashistoricas.com.br/>

A venda de automóveis no Brasil e seu processo de diversificação de modelos cresce junto aos investimentos em rodovias, e, paralelamente com o crescimento das cidades turísticas e da economia do turismo. É possível perceber tanto o turismo de proximidade, com destinos nas bordas metropolitanas, em cidades médias e pequenas a poucas horas de distância, até o

turismo em outros estados, que longas horas de deslocamento, que são dois movimentos distintos e concomitantes.

Esse pacote de consumo que somam o automóvel ao espaço turístico significa também um estilo de vida, obviamente, voltado às classes mais abastadas, estendido aos poucos e ainda de forma restrita para as classes mais baixas, que no caso, usam de forma mais recorrente excursões com ônibus. Sinônimo de felicidade, de modernidade, de prosperidade, as viagens, em um Brasil na década de 1970 cada vez mais conectado territorialmente, irá se tornar mais frequente, tendo como marcas as rodovias cada vez mais cheias e cidades médias lotadas, com destaque para as regiões de praia.

A mesma indústria e marca Ford, além de avançar nos modelos de carros, que correspondem a diferentes faixas de consumidores, transformou radicalmente a sua propaganda. A propaganda a seguir da Ford Ranger Storm aponta para um carro com potência, que sobrevive a situações adversas (pick-up raça forte), e, para o contexto do consumir com o objetivo de “fugir da multidão”, condição que o carro pode ser útil, enfrentando serras e montanhas, e, até mesmo mencionando outras propagandas do mesmo carro e desse perfil de carro, atravessando rios, lamas, florestas, etc. Mais do que a liberdade e a segurança para ir a lugares que outros carros não conseguiriam ir, o anúncio trata o isolamento como algo positivo, a fuga da grande cidade populosa como necessária, e, a cada patamar alcançado verticalmente, a pessoa teria menos a presença de menos pessoas, enquanto uma experiência de viver o novo, como indica o slogan da marca na parte superior à esquerda. Por último, atenta-se para a raridade do produto, uma produção limitada, o que agrega mais valor ao produto, já que também se paga pela quase exclusividade do carro, assim, há uma quantidade mínima de pessoas e uma quantidade mínima de carros.

Figura 13 PROPAGANDA DA FORD ATUAL



Fonte: radioorlandonews.com. Acesso em 02/11/2019

Fugir da multidão, além de utilizado no turismo de aventura, no turismo vinculado ao frio e montanha e no turismo vinculado ao sol e praia, pode ser um artifício do turismo residencial, já que é importante ao fugir de um grande centro e ir para uma cidade pequena e média ter um local aconchegante – uma propriedade, uma segunda residência, assim como a rede hoteleira oferece uma grande estrutura sem a preocupação da pessoa com comida, limpeza e gastos mensais. A própria propaganda do carro indica que fugir da multidão é ir a novos lugares, indiretamente, apontando para o lazer e descanso enquanto elementos importantes, e, como o carro enquanto meio de ir até esses espaços mais reclusos. A magia da venda envolve cada vez mais a criação de necessidades, de sonhos, da criação de contextos, a ilusão do consumo e a transformação do espaço enquanto produto rentável, para os mais diversos tipos de investimentos.

A consequência direta da criação de necessidades é ter um mercado consumidor cada vez mais sólido e fiel ao produto, e ter um aumento exponencial do consumo, o que funciona para o carro e também para o turismo. Acrescenta-se a preocupação com a racionalização do consumo para o capital, fazendo com que essas “necessidades” ocupem o lugar de prioridades para o consumidor e destaque nos meios de comunicação, logo, a propaganda se desenvolve

cada vez mais, tornando-se mais persuasiva, eficiente, e, contando com mais recursos e ferramentas para isso. A cidade turística sobrevive antes de tudo, da sua imagem, e produzir uma imagem positiva, atrativa e comercial é fundamental, para isso, é preciso escamotear problemáticas sociais, ambientais, culturais e econômicas, afastar qualquer tipo de imagem negativa, produzindo um simulacro espacial.

1.5 O turismo residencial e o turismo de sol e praia.

O desenvolvimento do turismo enquanto atividade econômica no decorrer do século XX, nesse contexto de consumismo e do espaço enquanto um novo produto possibilitou também a criação e o crescimento das modalidades de turismo. São modalidades distintas que vão explorar elementos do meio ambiente, como o frio, o calor, a montanha, a praia; valores históricos e culturais, o lazer, o descanso, a combinação com o trabalho, a aventura e o esporte. Essas modalidades ampliam o domínio do turismo na economia de muitas cidades e países, oferece novas formas de acumulação e de mercantilização do espaço, incluindo várias cidades na rota do turismo. Como já dito, terá um destaque central as modalidades de turismo de sol e praia e do turismo residencial, no caso de Cabo Frio e de outras cidades que tem a praia enquanto um vetor central da expansão do turismo, ambas modalidades vão apresentar pontos convergentes: como a valorização de espaços próximos a praia, que se tornam rapidamente espaços de disputa, de compra e venda, e, de controle; da necessidade de um políticas públicas que atuem na construção de infraestrutura da cidade e de acesso até a cidade, e, necessita de um fluxo de turistas e moradores temporários, obviamente, coloca-se a necessidade do marketing e da propaganda.

Contudo há diferenças importantes entre as modalidades em destaque: o Turismo residencial é voltado para o uso de uma residência secundária, de um domicílio de uso ocasional, com uso em geral nos finais de semana, férias, feriados, temporadas, verão, inverno, que se diferencia da primeira residência, que é definida pelo uso cotidiano, onde é moradia regular. Segundo Hiernaux-Nicolas(2005):

Esta construcción de segundas residencias, es un fenómeno relativamente masivo, prácticamente imposible de cuantificar, pero claramente relacionado con un imaginario de escapar del bullicio de la vida urbana. (HIERNAUX-NICOLAS, 2005, p.6)

É possível fazer uma série de distinções entre a segunda residência para a primeira residência : [I] pelo *uso* - para o descanso e o lazer, fugindo da monotonia e da rotina da primeira

residência; [II] pelo *valor* – um sonho e um desejo de um espaço paradisíaco, construído gradativamente no decorrer dos séculos, apropriado e conduzido principalmente no século XX; [III] pela *localização*, em outra cidade diferente da primeira residência; [IV] pelas *características do meio ambiente*, com a existência de praias, dunas, montanhas, parques, bosques, lagoas, entre outros elementos que são valorizados na lógica do mercado; [V] pela *associação com grupos mais abastados financeiramente*, já que o domicílio de uso ocasional exige os custos dos imóveis e de sua manutenção, o deslocamento usual até o imóvel, até outros gastos, como a contratação de um caseiro. (GEORGE, 1973, 1989, 1990; LEFEBVRE, 2008; PEREIRA, 2014)

Há também um objetivo central desse segmento de turismo:

O principal objetivo do turismo residencial não é atrair turistas e oferecer serviços. Seu fundamento principal é produzir solo urbano, construir residências e vendê-las. Nesse sentido, como afirma Aledoetal, (2006), esta atividade inclui quatro operações: compra de solo, transformação em solo urbano, construção e residências empreendimentos e vendas das mesmas. O uso destas residências pode para os fins de semana ou como residências semi-permanentes. No litoral mediterrâneo, os usuários têm sua origem da região central e norte da Espanha e de países como Inglaterra e Alemanha. (DEMAJOROVIC, et al, 2009, p. 2 e 3)

Hiernaux-Nicolas complementa o raciocínio:

Una de las modalidades particulares del turismo nacional no hotelero, es la que se refiere al turismo de segundas residencias, que definimos en los siguientes términos: “El turismo de segundas residencias es aquel por el cual las personas acuden a un destino o una localidad que no es forzosamente turística per se, donde tienen la posesión por compra, renta o préstamo de un inmueble en el cual pernoctan y realizan actividades de ocio y esparcimiento”.(HIERNAUX-NICOLAS, 2005, p.3)

O turismo residencial supostamente está concentrado ou restrito na produção e venda de imóveis, no entanto há uma armadilha em dissociar seja turismo residencial (chamado por Demajorovic) ou turismo de segunda residência¹² (chamado por Hiernaux-Nicolas) do turismo em suas outras modalidades, pois, em muitos casos há uma necessidade de explorar os mesmos elementos que o turismo de sol e praia, que o turismo de montanha e frio, buscando lazer, descanso, aventura, estar em um espaço distinto do espaço de trabalho, rotina e com o diferencial de ter uma residência secundária, ou seja, a posse de um segundo imóvel que dispensa o uso de alojamentos como hotéis, pousadas ou outro alojamento análogo. Dessa forma:“(…) El turismo de segundas residencias debe cumplir las mismas condiciones de ‘identificación como proceso de corte turístico’: el hecho de pernoctar y de realizar actividades de ocio y esparcimiento”. (HIERNAUX-NICOLAS, 2005, p.3)

¹² Entende-se que o sentido dado pelos autores ao turismo residencial e turismo de segunda residência está bem próximo.

Para citar alguns casos brasileiros, a partir dos dados do IBGE de 2010: a cidade de Campos do Jordão em São Paulo apresenta mais de 20% de domicílios de uso ocasional, e, a forte presença do turismo de frio, com inúmeros serviços turísticos, como visitas guiadas, passeio de teleférico, parte da rede de hotéis que exploram os chalés; e, a cidade de Balneário Camboriú em Santa Catarina, que explora o turismo de sol e praia, com ampla rede hoteleira, e, com cerca de 30% de residências secundárias. (IBGE, 2010)

Hiernaux-Nicolas (2005) faz uma advertência fundamental: nem sempre as segundas residências estarão localizadas em uma cidade turística:

Por otra parte, estas estructuras de alojamiento no se encuentran forzosamente en un destino turístico, de tal suerte que no participan de la misma manera de una cierta "vida turística" propia de los destinos usuales, aun muchas segundas residencias se sitúan en destinos importantes. (HIERNAUX-NICOLAS, 2005, p. 3)

Podemos acrescentar, que além de uma segunda residência ter a possibilidade de estar em uma cidade sem a atividade turística, ela pode estar em uma cidade turística, porém não em função do turismo. Dois exemplos objetivos: uma segunda residência na cidade turística do Rio de Janeiro pode significar também a necessidade de ter uma moradia próxima da universidade para um estudante que vem do interior do estado ou até mesmo de outros estados, e uma residência secundária em uma cidade universitária ou uma cidade com postos de trabalho de serviço público federal, do setor privado de alta renda, pode obrigar a necessidade de uma segunda residência.

Para corroborar a relação direta de parte do turismo residencial com outras modalidades de turismo, a partir do uso do espaço, excetuando o uso das acomodações, destaca-se uma série de propagandas de residências, que podem ser de uso ocasional, sendo assim segundas residências, retiradas de cidades turísticas, que concomitantemente, apresentam um grande número de residências secundárias. Um apartamento a beira-mar é vendido salientando prioritariamente a sua vista pro mar, a possibilidade de estar próximo à praia, a tranquilidade, ao lazer, e, a outros elementos, assim como um chalé em uma área fria no alto da montanha vai ressaltar os mesmos elementos do turismo de montanha e frio, ambos os exemplos, com um acréscimo, a possibilidade de consumo desse espaço com frequência por ter uma residência.

De fato, o turismo residencial pode estar articulado a ideia de turismo de proximidade, já que geralmente a segunda residência não é muito distante da primeira, e, ainda há uma articulação com outras modalidades de turismo. É importante reforçar que interesse de quem usa esse tipo de domicílio nessa perspectiva é de consumo do espaço, é de ser turista, é de descanso e lazer, não tem uma função de estudo, de trabalho ou de moradia permanente. Os

desejos, interesses, preocupações e necessidades desse tipo de turista é distinto dos desejos, interesses, preocupações e necessidades do morador fixo da cidade.

Figura 14 APARTAMENTO À BEIRA-MAR

R\$ 3.000.000 **Praia do Forte** Super destaque
Praia do Forte, Cabo Frio

250 m² 4 dorm. 1 ban 3 vagas

Apartamento Com 4 Dormitórios à Venda, 250 m² na Praia Do Fort...
Morar com conforto, tranquilidade e com uma incrível vista parar o m...

Contatar

APTO. COM 3 QUARTOS, SENDO 2 SUÍTES, SACADA GOURMET
Frente para o mar | R\$ 1.100.000,00 - Cód. AP5875

APTO. COM 3 SUÍTES, TERRAÇO GOURMET, 204 M2
Frente para o mar | R\$ 1.696.000,00 - Cód. AP3819

Apartamentos vendidos a beira-mar. Na parte superior apartamento na cidade de Cabo Frio – RJ. Na parte inferior, apartamentos na cidade de Praia Grande – SP. Fonte: <https://www.imovelweb.com.br/>; <https://litoral.tellusimoveis.com.br/>.

O anúncio demonstra o papel da praia, da vista pro mar, muitas vezes de uma orla equipada e embelezada, para a venda do imóvel. Os mesmos argumentos que atraem o turista para a cidade de Cabo Frio no Rio de Janeiro, e, Praia Grande na Baixada Santista em São Paulo, são utilizados para atrair o morador temporário, com uma grande adição, a possibilidade de fidelizar esses laços, a chance de ter uma residência nessa cidade, e, de fato, atraindo principalmente o morador da Região metropolitana do Rio de Janeiro, e, o morador da Região metropolitana de São Paulo respectivamente. O reflexo desse processo é ter as duas principais regiões de turismo residencial do país, com os maiores números de domicílios de uso ocasional, sendo as cidades do litoral de São Paulo à frente das cidades do interior do Rio de Janeiro, e, uma consequência visível é ter em períodos de férias, da alta temporada do verão, de feriados prolongados, um grande trânsito das capitais e das respectivas regiões metropolitanas para as regiões de praia, e, no caso da Região dos Lagos, também de lagoa.

Assim, a propaganda de um apartamento coloca o tamanho e qualidade dos quartos, a arquitetura do prédio, a foto de outros cômodos em segundo plano, por conta da vista da praia. E de fato, causa até uma reflexão se um produto principal é o apartamento ou a praia, mas, de fato, compreende-se que a vista e a proximidade da praia aumentam significativamente o valor

do produto apartamento. Em uma rápida comparação com uma residência de quatro quartos, no primeiro distrito, cerca de 3 km da Praia do Forte, a diferença de preço é significativa.

Figura 15 PROPAGANDA DE UMA RESIDÊNCIA NAS PALMEIRAS – CABO FRIO



Fonte: <https://www.imovelweb.com.br/>

A residência localizada em um condomínio fica no bairro Palmeiras, e, não no bairro Portinho como anunciado. Apesar do bairro Portinho ser mais valorizado, o bairro Palmeiras apresenta muitos imóveis com valores altos, grandes construções, condomínios luxuosos, proximidade com a lagoa, e, mesmo assim, um imóvel de 4 quartos assim como anunciado nas proximidades da praia do Forte tem o valor muito abaixo, o imóvel da praia custando 3 milhões e o localizado nas Palmeiras 460 mil. Ratifica-se que um imóvel no bairro Palmeiras é um imóvel com boa localização para o mercado imobiliário, caso estendêssemos a comparação para bairros periféricos, o preço seria ainda menor.¹³ Já a propaganda está fixada na casa desde a primeira imagem, anunciando o produto casa, sem o auxílio da vista, e, sem o valor agregado de uma vista para o mar. Se a casa fosse localizada no bairro Palmeiras, porém, na beira da lagoa, seria possível que a imagem de divulgação fosse a vista da lagoa, e, conseqüentemente, com um valor agregado dessa vista.¹⁴

Esta construcción de segundas residencias, es un fenómeno relativamente masivo, prácticamente imposible de cuantificar, pero claramente relacionado con un imaginario de escapar del bullicio de la vida urbana. Sin embargo, dos modelos van a dominar. El primero se relaciona con la casa de fines de semana, la cual debe situarse

¹³ Uma casa de dois quartos em um condomínio no bairro Nova Califórnia, no segundo distrito Tamoios, custa 115 mil. Fonte: <https://www.vivareal.com.br/imovel/casa-de-condominio-2-quartos-nova-california-tamoios-bairros-cabo-frio-com-garagem-60m2-venda-RS115000-id-2512443884/> Acesso em 04 de março de 2021.

¹⁴ O condomínio de duas casas, anunciado entre os bairros Gamboa e Ogiva, com vista pra lagoa, é anunciado com o preço de 650 mil, e, a imagem de destaque é a vista para a lagoa. Fonte: <https://www.zapimoveis.com.br/imovel/venda-casa-de-condominio-2-quartos-mobiliado-gamboa-cabo-frio-rj-84m2-id-2512590779/> Acesso em 4 de março de 2021.

en un destino relativamente accesible, o sea a menos de dos a tres horas máximo del lugar de residencia permanente. El segundo modelo es el de la segunda residencia en un sitio de veraneo, como Acapulco, lo que implica una frecuentación menor de la vivienda, principalmente en vacaciones escolares, en puentes largos, pero com menos frecuencia para un fin de semana normal. (HIERNAUX-NICOLAS, 2005, p. 6-7)

Rita Cruz trata de fenômeno da segunda residência, e, novamente exprime o mesmo sentido empregado quando se trata de turismo residencial.

O fenômeno da segunda-residência é, entretanto, do ponto de vista social e espacial, um fenômeno mais restrito do que o da hotelaria. As segundas residências localizam-se, em geral, em áreas relativamente próximas às residências primárias de seus proprietários porque se destinam a um uso frequente. Além disso, somente podem acontecer com expressividade onde houverem demandas solváveis capazes de arcar com os custos de um segundo imóvel. (CRUZ, 1999, p. 24)

A autora atenta para um aspecto importante: o turismo residencial serve fundamentalmente a uma classe média e alta, pelo custo de compra e manutenção da segunda residência. Obviamente, trazendo para a realidade do Rio de Janeiro, há uma diferença importante em comprar um imóvel em Copacabana, próximo à praia em 1950, o que já significava um alto custo para os padrões da época, e, comprar um terreno, uma chácara ou uma casa em Cabo Frio no mesmo período, o que obviamente dependia de dinheiro, mas com um custo inferior.

O turismo de sol e praia baseia-se centralmente na exploração da praia e das altas temperaturas, mas também pode contar com outros elementos do meio ambiente que ajudam a compor o cenário da cidade turística, como lagoas, rios, lagos, dunas, espaços verdes diversos. O turismo de sol e praia está presente de forma significativa no litoral de vários países do mundo, e, no litoral brasileiro tem um domínio proeminente, como já citado, contribuindo de forma massiva para a economia de muitas metrópoles, e, de cidades médias, em alguns casos, sendo o segmento central de uma região turística.

Contudo, a praia nem sempre foi um espaço valorizado, vetor de expansão urbana, lócus de disputas entre diferentes agentes produtores do espaço. Até o final do século XIX, as praias ainda eram uma novidade como um espaço de lazer e poucas pessoas aventuraram-se a tomar banhos de mar, preferindo nada em rios e lagoas ou frequentar os balneários serranos. Parte da elite social e econômica, porém, influenciada pelas novidades da Europa, passou a construir empreendimentos turísticos – hotéis, chalés, casas – à beira-mar, criando os primeiros balneários litorâneos. (SILVA, 2004)

Alexandre Pereira afirma:

Os litorais arenosos e ensolarados antes recusados alcançam *status* de turísticos concomitantemente ao crescimento do tempo livre remunerado e da massificação da

atividade (BOYER, 2003, 2008). Os casos mais emblemáticos são a costa mediterrânea, a Flórida e o Caribe, com ascensão derivada, sobretudo, do planejamento pautado no binômio sol e mar. (PEREIRA, 2014, p. 112)

O fato de ser um espaço recusado em muitos casos pelo processo de urbanização fez com que a praia quando valorizada mudasse o curso do processo de urbanização do espaço nas cidades. Outro ponto é com o amadurecimento desse processo os espaços próximos à praia se tornarem foco de investimento e transformações na infraestrutura ou ainda com o embelezamento do espaço para fins turísticos. O mesmo autor trata de vários exemplos que reafirmam o contexto em que o turismo de sol e praia passa a ser desenvolvido especificamente no Brasil:

No Brasil, as orlas marítimas das grandes aglomerações urbanas litorâneas eram tidas, no início do século XX, como áreas sem utilidade pelo mercado fundiário e imobiliário. A Praia de Copacabana, na cidade do Rio de Janeiro, e a Praia de Iracema, em Fortaleza, compreendem dois exemplos registrados na literatura. Conforme Corrêa (2003), até as últimas três décadas do século XIX, Copacabana era um arrabalde arenoso, que inicialmente fora incorporado pelas empresas imobiliárias com a finalidade de construir residências de veraneio e, posteriormente, incorporou-se definitivamente à dinâmica do espaço urbano da cidade. Segundo o referido autor, processo semelhante marcou também a fundação da Barra da Tijuca. Tratando sobre a maritimidade em Fortaleza, Ceará, Dantas (2002) descreve como a Praia de Iracema, durante o primeiro quartel do século passado, transformou-se em lócus de segundas residências, servindo a uma classe abastada e seus desejos pelo mar e pelas novas formas de lazer a ele associadas. A elas juntam-se outros tantos exemplos: Boa Viagem, em Recife (PE), Amaralina, em Salvador (BA), Praia do Meio, em Natal (RN), Guarujá (SP) e Santos (SP). (PEREIRA, 2014, p. 11)

Dessa forma, o produto praia também é uma construção social, sobretudo, inserida no turismo de sol e praia e a partir da lógica de mercado, tornando-se alvo do mercado imobiliário, de redes de hotéis, de rede de restaurantes, de rede de diversos serviços, e, ainda é acompanhada por orlas cada vez mais modernas e de múltiplos usos. As cidades de turismo de sol e praia têm a possibilidade de unificar rapidamente o meio ambiente e a infraestrutura, e, oferecer ao turista um produto completo para o mercado de cidades turísticas. E em vários exemplos teremos áreas inóspitas, distantes de um centro urbano, tomadas por vegetação, áreas de montanha, áreas com poucas construções, entre outros casos. Isso é demonstrativo da capacidade do turismo de transformar o espaço, de produzir um espaço turístico e de atrair investimentos públicos e privados, pela possibilidade de consolidação dessa atividade.

O cidadão vai incorporando a seu meio ambiente espaços organizados onde lhe garantem a presença de pelo menos um dos temas essenciais de seu retorno à natureza: o litoral luminoso durante o verão, a montanha coberta de neve e ensolarada no inverno. Paga um preço relativamente alto pelo direito de utilizar esses bens preciosos durante algumas semanas. O “produto” que lhe será vendido custará tanto mais caro e sua venda será tanto mais lucrativa quanto mais “sobrecarregado” ele for por toda uma série de serviços, de cenários, que o irão transformar num ambiente fabricado,

fonte de enormes operações de organização de regiões de turismo de verão e de inverno, destinadas a transformar vastas extensões de espaço rural em áreas de serviço para os lazeres dos cidadãos. (GEORGE, 1973, p. 90-91)

A afirmação de George leva a outras considerações importantes: primeiramente o processo de padronização das cidades turísticas, desde as orlas das praias, os chalés da montanha, até mesmo espaços turísticos específicos, experiências semelhantes, que vão se replicando em cidades de todo mundo, quando não cópias tendo como referência um espaço turístico desenvolvido e consolidado; segundo, a diferença do aparato tecnológico, dos investimentos, das infraestruturas, que têm como consequência direta produtos turísticos mais elaborados e menos elaborados, logo, a consequência direta de ter um produto mais caro ou mais barato, produzindo uma espécie de hierarquia das cidades turísticas, sendo contabilizado no fluxo de turistas existentes em muitas cidades e o retorno econômico.

A combinação de meio ambiente com infraestrutura paulatinamente passar a ter grande relevância para o desenvolvimento do turismo. Percebe-se o meio ambiente se torna um novo negócio, uma nova mercadoria, um fator de expansão e de investimentos em novos espaços, uma forma de superar a saturação dos grandes centros urbano-metropolitanos. Além disso, cidades pequenas e médias passam a ser espaços de lazer dos grandes centros, quando não, combinadas a outras cidades, constituem regiões das mais diferentes modalidades de turismo. A consequência direta é uma produção do espaço que tem como base a atividade do turismo, atendendo as demandas do mercado:

A montanha se erija de hotéis de luxo, debaixo de uma rede de fios de alta tensão, de elevadores, teleféricos (...) Tornou-se hoje em dia uma prática corrente a construção de edifícios de quinze ou vinte andares à beira mar, com o objetivo de proporcionar a um número sempre crescente de banhistas as vantagens de proximidades das praias. Os povos americanos, que dispunham de mais espaço deram o exemplo em Miami, em Copacabana, Guarujá, São Vicente, Mar del Plata, Miramar... (GEORGE, 1973, p. 92)

O turismo cresce de forma exponencial, e se consolida enquanto atividade econômica relevante, um processo espacial que entrelaça a urbanização capitalista com a urbanização turística, e, finalmente, que transforma a experiência do turismo em um produto a ser fabricado e consumido. A citação de George ainda revela a elitização de espaços turísticos ou de espaços que serão valorizados pelo turismo. Definitivamente, o mercado imobiliário, com a produção de condomínios, residenciais e afins, a rede hoteleira, o setor de serviços, em um processo com conflitos, e, em diferentes ritmos, vão tomando as orlas das principais praias das capitais litorâneas do Brasil, e, posteriormente, ou até concomitantemente, chegando até cidades do interior, e, de fato, é um processo que acontece em outros lugares do mundo. Nesse sentido, o

Estado é fundamental para legitimar a ocupação elitizada das orlas das praias, removendo grupos periféricos, autorizando grandes empreendimentos, e, sobretudo, facilitando a chegada de grandes empreendimentos, megaprojetos, resorts, com isenções de impostos, com um preço do solo mais barato, etc.

Krippendorf (2002) faz análises sobre o turismo ponderando os fatores positivos e negativos, tentando articular fatores e processos, como uma forma de compreender o fenômeno a partir de uma leitura ampla. Um dos pontos de partida do autor é ser cético a uma lógica de mercado para o turismo, o que acarretaria uma série de problemas no campo social e do próprio desenvolvimento do turismo:

Acreditar na auto-regulamentação do jogo livre das forças de mercado seria não só ingênuo, mas também perigoso: uma regulamentação do crescimento e do desenvolvimento do turismo é necessária. No entanto, onde ela deve começar e para onde ela deve levar? (KRIPPENDORF, 2002, p. 12)

Muitas análises do autor fazem parte da experiência do turismo na Suíça, que é um país de forte desenvolvimento socioeconômico e com importante apelo ambiental, onde em certas partes, as agressões ao meio ambiente e o turismo de massa não são agudas como em outros países, e, sobretudo, de forte apelo liberal; outras análises já são leituras do turismo enquanto um fenômeno global, com características gerais. O autor faz um interessante caminho, apontando primeiramente que o turismo é uma atividade capaz de gerar uma cadeia de transformações positivas, impulsionando uma série de atividades na forma de uma espiral. Esse discurso é muito forte nas análises sobre o turismo, logo, acrescenta-se ainda a ideia de que o turismo inserido na economia seria uma indústria sem chaminé (como apontam PINTO e MOESCH, 2005), de reduzido impacto ambiental. Ambos os discursos possuem fortes limitações e advertências. Sobre a espiral do turismo Krippendorf afirma que:

A demanda turística, como uma engrenagem, põe em movimento uma espiral de desenvolvimento, que funciona como o motor principal para o desenvolvimento como um todo. Esse crescimento procede como uma espiral infinita e autônoma, marcada pela superação automática de novas e constantes fontes de fricção. Funciona mais ou menos assim: a demanda turística aumenta; fricciona a infraestrutura e as facilidades turísticas (estradas, rede de água, trens, leitos, etc); os investimentos, ou seja, as facilidades, são aumentados e um superávit é constituído; promoção de vendas, no intuito de utilizar a oferta de facilidades turísticas para qualificar a oferta turística, colocando no mercado esse suprimento; a demanda turística aumenta; nova expansão; novas fontes de fricção na infraestrutura e nas facilidades turísticas; novos investimentos e melhorias na infraestrutura; e assim por diante. (KRIPPENDORF, 2002, p. 14-15)

De fato, o turismo pode desencadear outros processos de crescimento econômico e espacial, contudo, é preciso destacar ainda outros fatores importantes e que estão inseridos

nessa lógica de fatores encadeados: o movimento dos proprietários de terra e da indústria da construção, principalmente com o turismo residencial, que se preocupa diretamente com as residências secundárias, já que uma procura maior por casas e apartamentos mobiliza esses dois pontos. Assim, a disputa por terras também fica mais acirrada, tanto por grupos imobiliários que tentam se estabelecer de forma dominante em uma cidade, buscando em geral as áreas mais valorizadas e de interesse pro mercado imobiliário, quanto de proprietários de terras que aumentam suas posses, com intenção de venda a curto, médio e até mesmo longo prazo, no jogo da especulação imobiliária.

Acrescenta-se os chamados incorporadores imobiliários, como destaca RUFINO (2012), que se preocupam desde o controle de terras até a venda do imóvel finalizado, e, ainda os grandes empreendimentos, como resort, rede de hotéis de luxo, parques temáticos, entre as várias formas existentes, que buscam em muitos casos espaços com características e localização específicas, como a proximidade da praia, dunas, espaços verdes, montanhas, serras.

A consequência direta é o impacto no processo de urbanização, fazendo a cidade crescer, muitas vezes alterando a direção desse crescimento urbano, e, ainda, essa disputa territorial pelos agentes produtores do espaço urbano gera muitas vezes a expulsão de moradores de classes menos abastadas, a partir de remoções e da própria pressão do mercado imobiliário, e, novas divisões do espaço urbano, com novos espaços valorizados, espaços desvalorizados, projeção de espaços a serem ocupados, espaços que mais recebem a população pobre removida das áreas mais valorizadas. Krippendorf irá destacar em um segundo momento os problemas procedentes da análise do turismo, inclusive serão notórios o quanto esses questionamentos inviabilizam ou pelos menos dificultam a ideia da espiral do turismo.

O turismo, no consumo da paisagem, sempre acarreta danos: a paisagem é somente usada, mas também é explorada. A construção de hotéis, casas de veraneio e fins de semana, facilidades de transporte e sistemas de apoio desgasta a terra e muda a imagem. Mas o turismo também pode provocar uma deformação na própria natureza, na flora e fauna, na água e no ar. Se todas as pressões tornarem-se fortes demais, ultrapassando os limites que a terra pode suportar, ela perde o valor de recreação e lazer. Os turistas desistirão e irão para outros destinos. (KRIPPENDORF, 2002, p. 16-17)

Os inúmeros impactos ambientais descredenciam dessa vez a ideia do turismo enquanto uma atividade de reduzido impacto ambiental, como mencionado, uma indústria sem chaminé. Essa ilusão de fato é estratégica, pois reafirma a crítica oportunista a atividades poluentes, favorecendo o investimento no turismo enquanto uma atividade supostamente sem riscos. Encontram-se outros problemas na espiral do turismo, como:

[I] a ideia de *autonomia*, já que esse processo é controlado pelo Estado e pelos agentes produtores do espaço com maior poder, que tem maior peso nas decisões, na compra de áreas, e, nas fases descritas pelo autor que seriam parte dessa espiral. Como exemplo, é pensar que a demanda turística cresce e junto à infraestrutura sem uma lógica espacial, como se toda a cidade recebesse os benefícios do desenvolvimento do turismo, e, na verdade, percebe-se cada vez mais uma divisão entre o espaço turístico e de interesse imobiliário e o espaço desvalorizado, obviamente o primeiro recebendo maiores investimentos, infraestrutura, tecnologia, e, o segundo com ausência e limitação desses pontos.

[II] a ideia de ser *infinita*, já que diversos fatores podem interromper ou criar difíceis obstáculos para a espiral não ser interrompida, como graves crises econômicas, problemas naturais, degradação ambiental em larga escala, novos destinos turísticos que se tornam concorrentes diretos, a limitação de espaço para o crescimento urbano, leis rigorosas de uso da terra e construção, entre outros.

[III] o que motiva a *demanda turística*, logo, o autor parte da demanda sem questionar de onde vem a demanda, o motivo da demanda, e, ainda, conta que a demanda mobilizará a construção de infraestrutura, entre outros fatores. Assim, desconsidera-se o marketing e a produção da cidade turística anterior ao fluxo de turistas, dessa forma, entende-se que a criação do desejo e da necessidade de visitar um espaço específico, principalmente, a partir de um grupo substancial de turistas não acontece fortuitamente. A própria ideia dos turistas desistirem de um destino e irem para outros destinos indica a fragilidade da espiral, assim, o autor minimiza os fatores negativos apontados.

[IV] *A falta de distinção do modelo de turismo que é analisado*. Toda forma de turismo gera grandes impactos ambientais? Assim, acredita-se que é preciso destacar se o caso analisado de uma cidade turística, por exemplo, refere-se ao turismo de massa, ao turismo de base comunitária ou comunitário, ao ecoturismo, e ainda, qual o contexto dessa relação desse modelo de turismo com o espaço.

Em mais um momento, Krippendorf (2002) irá identificar e comparar fatores positivos e negativos, dessa vez tratando especificamente do turismo de montanha e no caso especificamente da Suíça.

O turismo está acarretando uma parada no êxodo da população local. Também cria empregos, produz renda, financia infraestrutura (estrada, transporte, etc), melhora as condições de vida, dá apoio à agricultura e contribui para o cultivo e a preservação do interior, e eleva a autoconfiança e o sentido de pertencer ao povo que vive nas regiões de montanha. No lado negativo do crescimento turístico existem sete perigos. O turismo leva a uma estrutura econômica unilateral e vulnerável. O crescimento do turismo também é desigual e não coordenado, e consome seu próprio lucro. Ele explora a terra, danifica a paisagem e a natureza, priva a população local de sua

autonomia e independência, debilita a singularidade da cultura nativa, traz consigo tensões sociais e agrava instabilidades. (ibidem, 2002, p. 18)

Esse balanço dos pontos positivos e negativos do turismo é fundamental, justamente por ter alguns fatores que se estendem a outras realidades, de uma cidade de turismo predominantemente histórico na França, a uma cidade litorânea que explora o sol e praia da Espanha, ou ainda de cidades turísticas nos países subdesenvolvidos de diferentes modalidades, e, fatores que são especificamente do turismo de montanha, ou ainda especificamente do caso suíço em questão. Contudo, é preciso afirmar que nem todo modelo de turismo deve ser obrigatoriamente predatório ambientalmente, desigual socialmente e territorialmente, mesmo sendo essas características dominantes do modelo de turismo mais explorado no capitalismo. Assim, o autor além de tratar de uma realidade espacial específica, trata de um modelo de turismo específico, e, que não é necessariamente o único possível.

No livro “*Sociologia do Turismo*”, Krippendorf (2003) traz inúmeros questionamentos sobre o modelo de turismo, afirmando primeiramente que a “máquina” do turismo mostra falhas, mesmo que ainda operando, posteriormente, analisa se o próprio processo de fuga das grandes cidades seria uma terapia verdadeira, e, cita a despreocupação daqueles que incentivam o crescimento do turismo a qualquer custo. Ainda há os inúmeros descontentamentos de parte da população das cidades turísticas que sentem de forma latente os efeitos negativos da atividade.

Os habitantes das regiões visitadas começam a sentir, também, certo rancor em relação aos efeitos negativos do êxodo das massas turísticas. Essas populações têm, cada vez mais, a impressão de que são invadidas por esse desenvolvimento, e, ao mesmo tempo, dele excluídas. (...) Os “visitados” estão se preparando para a revolta. Naturalmente ainda fazem “quase” tudo para que os turistas venham, mas, na realidade, prefeririam tudo fazer para impedi-los de vir. (ibidem, 2003, p. 18-19)

Nesse capítulo tratamos do turismo nos seus significados, sua mudança de prática para atividade econômica, do crescimento de cidades turísticas, das relações com o espaço, destacando ainda as modalidades de turismo de sol e praia e de turismo residencial, tratado também como segunda residência. Incluímos o turismo numa série de processos que ocorrem no mundo no século XIX para o século XX, mostrando que a prática tornada paulatinamente atividade não está descolada com os outros eventos, e, responde a um contexto de avanço da urbanização, de desenvolvimento do capitalismo, de crescimento da população, de criação de novas necessidades, do consumo cada vez mais como ponto basilar da sociedade capitalista, levando à condição de consumismo quase que desenfreado, alcançando uma variedade crescente de produtos e também alcançando o espaço ou a um espaço transformado em produto.

Assim, a prática do turismo transformada em atividade econômica, o consumo do espaço transformado em consumismo, tem relação marcante com a presença do turista. Segundo Rita Cruz (2000), Knafou (1996) trata o turista como ponto primordial e indispensável na análise da cidade turística: “Sem turista, o lugar turístico não tem razão de ser” (CRUZ, 2000, p. 20). Assim, Knafou critica definições do turismo voltadas ao espaço, às condições naturais, aos recursos culturais, e, reafirma que:

É a presença do turista que define a existência de um lugar turístico. Do contrário, o que seriam a Disneyworld ou Cancun, além de lugares fantasmas? “Os turistas estão na origem do turismo. (KNAFOU, 1996, apud, CRUZ, 2000, p. 21)

De fato, ter grandes fluxos de turistas é uma condição indispensável para o sucesso de uma cidade turística, contudo o lugar turístico não existe apenas pelo turista, os territórios turísticos não são inventados apenas pelos turistas, e, nesse sentido, mencionamos em alguns momentos do capítulo 1 o quanto a produção do espaço é importante para a evolução do turismo, tanto a urbanização turística, quanto a urbanização para o turismo (como ressalta CRUZ, 1999); considerando a tríade de acesso, condições de permanência e qualidade da permanência (GEORGE, 1973); e, sobretudo, a “invenção” do espaço turístico por agentes públicos e privados, a partir do marketing, com o uso dos meios de comunicação, construindo um ideal de espaço e de sociedade, preso a estética, ao status e a condição financeira (O’DONELL, 2013). Cruz (2000) salienta um ponto fundamental, que mostra a importância da infraestrutura e da urbanização para o turismo:

Mesmo quando o turista acredita estar viajando para “consumir o clima” de um dado destino tropical, o conjunto da infraestrutura turística e da infraestrutura de suporte (acesso, saneamento básico, energia elétrica, telefonia) desempenha papel fundamental na sua decisão. Quantos iriam para o Caribe ou para o litoral do Nordeste se tivesse que dormir em barracas, utilizar banheiros coletivos e tomar banhos em rios ou no mar? (CRUZ, 2000, p.25)

Podemos ter o turismo de aventura ou ecoturismo, onde possa existir turistas que preferem ficar acampados, com poucos recursos; cidades turísticas de porte menor com poucas estruturas, preferidas por certo padrão de turistas; ou ainda o exemplo citado de Cabo Frio no início do século XX, que mostra os casos de cidades que começam a ser visitadas por turistas e não apresentam infraestrutura básica, por consequência sofrendo críticas e pressões para o poder público atuar diretamente para atender a demanda não só de turistas, mas de agentes do mercado imobiliário. Contudo, em um cenário do turismo já estabelecido, de grandes destinos turísticos com a infraestrutura básica plena, o padrão de busca de espaços turísticos concede a infraestrutura um ponto essencial, e, dessa forma, como aponta George (1973) há uma relação entre a quantidade de serviços e qualidade desses serviços com o preço cobrado. Resorts,

ecoresorts, hotéis-fazenda, chalés, mesmo que localizados em áreas rurais e em áreas distantes dos grandes centros podem apresentar os recursos e infraestruturas dominantes no espaço urbano, podem apresentar vias de acesso com qualidade, e mesmo partindo de um discurso de desconexão com o mundo do trabalho, com o urbano, reproduzem um misto de lazer, descanso, desconexão, com o suporte técnico e de infraestrutura, para uma “reconexão” imediata ou para permanecer conectado.

2. A PRODUÇÃO E A REESTRUTURAÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO E A ACUMULAÇÃO DO CAPITAL.

O capítulo 2 em linhas gerais se dedica à interpretação e análise da produção e reestruturação do espaço enquanto formas de acumulação e reprodução do capital, tendo como destaque os espaços turísticos e da compreensão do desenvolvimento do turismo no contexto do século XX, com o destaque para a cidade de Cabo Frio – RJ.

Compreende-se que há um movimento da economia capitalista no final do século XIX na busca de novas fronteiras de acumulação do capital, apoiado fundamentalmente no desenvolvimento da indústria, da tecnologia, do transporte, da energia e da urbanização. Na busca por avanços e pela saída das crises sistêmicas, o sistema capitalista apresenta algumas saídas via economia e espaço, segundo Harvey (2005).

O objetivo de discutir as linhas gerais do sistema capitalista e o contexto do século XIX será justamente para posicionar a economia do turismo enquanto uma derivação e um reflexo da economia capitalista. Reforça-se que é importante a compreensão de que a economia do turismo, que se consolida a partir de uma lógica de mercado, é indissociável da economia capitalista. Da mesma forma, apresentaremos o circuito turístico como uma forma espacial voltada à acumulação e reprodução do capital, apresentando inúmeras características, sobretudo, quando se trata do turismo de sol e praia, segmento central de nossa análise.

Posteriormente, trataremos especificamente do desenvolvimento dessa forma de turismo de mercado ou turismo capitalista, que se multiplica a partir das modalidades e se concentra na exploração do espaço e dos elementos do meio ambiente para o lucro. O século XX apresenta um crescimento exponencial do turismo no mundo, com grandes fluxos de turistas, ao mesmo tempo em que as cidades cada vez mais se organizam, produzem o espaço turístico e reestruturam o espaço a partir da lógica do turismo, com realce na segunda metade do século.

Neste contexto, o crescimento do turismo e a maior circulação de turistas no mundo, teremos um ponto de mudança significativo, que é a mudança ou pelo menos as transformações do papel e das funções do Estado a partir da emergência e expansão do neoliberalismo, tendo consequência direta na economia, na sociedade, na política e no espaço. Assim, iremos aprofundar os elementos centrais do neoliberalismo, como ele atinge a América Latina, justamente para compreender os impactos da política neoliberal em vários países, e, posteriormente, analisar a relação entre neoliberalismo e turismo.

Concluindo o capítulo avançaremos para a consolidação no turismo em Cabo Frio na segunda metade do século XX, com o avanço do processo de urbanização, contando também com as transformações políticas, econômicas e espaciais. A praia (em especial a Praia do Forte) antes renegada no processo de urbanização passa a ser gradativamente o elemento-chave de um processo de reconfiguração e reestruturação do espaço, modificando lógica de ocupação, os espaços de interesse e valorização, o preço do solo, entre outros elementos. É o momento também do crescimento de condomínios e residências secundárias e do surgimento do distrito de Armação dos Búzios para o mercado turístico na década de 1960.

A investigação das interseções entre economia e espaço, no contexto do século XX, interpretando a economia capitalista das primeiras décadas do século, sob o auspício do fordismo e por alguns momentos do Estado de bem-estar social e a economia capitalista no fim do século com o neoliberalismo, junto a um conjunto de mudanças, possibilita a compreensão mais completa dos caminhos do turismo e dos seus impactos socioespaciais. A segunda metade do século XX é o momento de disputas territoriais e econômicas do turismo com a atividade salineira e a atividade da pesca, momento de tensões políticas e de uma série de transformações no espaço a favor do turismo de sol e praia e do crescimento das segundas residências.

2.1. Acumulação e reprodução do capital, espaço e turismo.

A análise de David Harvey (2005) sobre acumulação e reprodução do capital alinhada com a produção do espaço é extremamente reveladora, cabendo a articulação com a economia do turismo. O autor afirma que há quatro elementos envolvidos na acumulação e reprodução do capital em linhas gerais, que são: [I] a criação de novas atividades e ramos; [II] o crescimento da população, com a racionalização do consumo e aumento de mão de obra; [III] a criação de novas necessidades; e, [IV] a expansão para novas regiões. Além disso, o autor mostra no mesmo livro, que o espaço é uma das saídas para uma crise do capital. Esses elementos explicam uma série de processos econômicos e servem também na interpretação do turismo enquanto atividade econômica.

A transformação do turismo de prática para atividade econômica não é fortuita, como apontamos no capítulo anterior, e remete a uma série de processos, sobretudo, gerando consequências econômicas, sociais, ambientais, culturais e espaciais. Alinhando os elementos traçados por Harvey e a análise do turismo é possível destacar alguns pontos:

[I] o turismo passa a ser uma nova atividade, impulsionada pelos governos e pelo setor privado,

destino de grandes investimentos e de políticas, pensadas, na escala da cidade, região e país. O turismo é uma atividade capaz de complementar ou pode ser a atividade econômica principal de uma cidade ou de uma região. No litoral brasileiro, passa a ser uma atividade de extrema importância, a partir da segunda metade do século XX, com maior pujança a partir da segunda metade do século XX, onde o processo de urbanização avança e se complexifica, não só nas metrópoles litorâneas, mas nas cidades médias e pequenas, e, o turismo passa a coexistir e muitas vezes a conflitar com atividades econômicas históricas, como a pesca.

[II] Tratando do turismo de sol e praia e do turismo residencial no Brasil, uma relação direta estabelecida com a população, no caso de cidades turísticas já estabelecidas, é o acréscimo de população na alta temporada. Uma cidade pode conseguir estabelecer fluxos turísticos durante todo o ano, com calendário de eventos e diferentes estratégias e condições, contudo em muitos casos, há uma divisão entre baixa temporada e alta temporada. Assim, esse vínculo temporário pode se tornar fixo, pelas experiências na cidade, no caso, específico de aposentados ou de pessoas com essa possibilidade, e, também de pessoas em busca de emprego, de morar em uma cidade média, com mais tranquilidade, menos violência, em um ritmo mais lento em comparação com a região metropolitana, com facilidades para construir, comprar terrenos, nesses casos a própria condição de turista se extingue.

[III] A racionalidade do consumo exposta no item 2, pode ser compreendida da passagem do consumo do espaço para o consumismo do espaço, onde as cidades turísticas se tornam cada vez mais atrativas, e, com a compreensão de que essa nova racionalidade está diretamente articulada com a criação de novas necessidades, do item 3. O lazer e o descanso são construídos dentro do sistema capitalista enquanto necessidades, para servir de práticas alternativas a rotina de trabalho desgastante. Complementarmente, a busca por elementos do meio ambiente se torna também uma necessidade, mais contemporânea, e, também assume contornos mundiais, obviamente que na prática as necessidades de consumo não atingem a todos, mas aos que podem consumir, e, ainda com a produção de experiências do espaço distintas, do turista com maior poder aquisitivo ao turismo com menor poder aquisitivo.

O desenvolvimento do turismo significa a expansão por vários lugares do mundo e também a criação de inúmeras modalidades, relacionadas à história, cultura, meio ambiente, lazer, aventura, descanso, condições físicas, características peculiares, etc. Assim, a diversificação das modalidades significa a diversificação de necessidades e a ampliação da

produção de discursos e imaginários, junto à criação de infraestruturas e serviços. A produção de roupas de frio ou pelo menos a comercialização de roupas de frio em uma cidade turística que explora o frio e a montanha é deveras relevante, aponta não só a teia que o turismo cria, gerando uma economia local ligada diretamente com a atividade, mas também como a criação de necessidades se torna cada vez mais complexa, desencadeando novas necessidades: é a necessidade de ir a cidade turística que explora o frio, necessidade de ficar em um chalé, necessidade de consumir alimentos locais compatíveis com o frio, necessidade de comprar um casaco, necessidade de comprar um souvenir para a recordação.

[IV] A expansão do capitalismo para novas regiões é um processo recorrente do sistema, apontado por Harvey (2005, 2013) como uma das fórmulas de superar uma crise, e, uma tendência “natural” de crescimento. O capitalismo se expande com o seu modo de vida, com suas características essenciais, e, sobretudo, com as atividades econômicas sob a lógica do capital. Nessa tentativa de mercantilizar tudo, como aponta Dardot e Laval (2016), a lógica do capital privatiza espaço, privatiza empresas, mercantiliza e privatiza os elementos do meio ambiente, e, no caso analisado, o turismo está inserido no bojo dessas transformações.

A expansão de uma atividade econômica não tem rebatimentos apenas em pontos na economia, podendo interferir diretamente no espaço, na urbanização, na vida social, em questões políticas, no meio ambiente. A expansão do turismo no decorrer do século XX é grandiosa, alcançando diversos países, regiões e cidades, transformando radicalmente o espaço, a economia, o meio ambiente, a cultura, a vida cotidiana, entre outros fatores. O turismo torna atividade econômica complementar ou até mesmo principal, interferindo em alguns casos em espaços que passavam por graves crises econômicas, ao mesmo tempo que se consolida como uma atividade em expansão, sendo também expansão de empresas, de empreendimentos e de investimentos.

A força do capital alinhada à atividade do turismo consegue valorizar espaços desvalorizados, inóspitos, de difícil acesso e alguns inclusive fora da “rota” da urbanização; consegue recuperar espaços historicamente vinculados a outras atividades econômicas ou pelo menos oferecer mais uma atividade econômica, como o turismo chegando a cidades historicamente atreladas a indústrias, como por exemplo, Manchester na Inglaterra, ou o turismo rural, ecoturismo ou agroturismo em áreas historicamente vinculadas à produção agrícola, seja na busca por espaços mais tranquilos, fora de centros urbanos ou até mesmo iniciativas que vinculam a produção agrícola com o turismo, com visitas a vinícolas, por

exemplo, como ocorre na Serra Gaúcha no estado do Rio Grande do Sul; consegue transformar espaços com belezas naturais sem nenhuma infraestrutura em destinos turísticos de referência, como o Caribe, concomitantemente, também consegue reforçar diferenças sociais e espaciais, quando o poder público faz ajustes no espaço para elitizar parte da cidade e remover populações pobres para espaços sem interesse turístico, criando periferias com graves deficiências de infraestrutura e serviço público, com o direito à cidade restrito e em muitos casos com altos índices de violência.

2.2 Circuito turístico: Os ajustes do espaço para a acumulação e reprodução do capital.

Com a consolidação do turismo no mundo há o estabelecimento de uma nova lógica de produção do espaço, retomando a ideia de urbanização turística com criação de espaços e objetos turísticos e urbanização para o turismo, com a criação de infraestrutura de acesso e permanência no espaço turístico (conforme aponta CRUZ, 1999). A produção do espaço turístico acontece em muitas cidades com outras atividades econômicas estabelecidas, muitas vezes gerando conflitos, com o turismo se apropriando de novos espaços, constituindo processos de reestruturação do espaço, para a adequação a uma nova realidade, a novos interesses, etc. Essa produção do espaço turístico ocorre justamente para transformar o espaço em produto, em uma mercadoria competitiva e com possibilidade de ser vendida no “mercado de cidades turísticas”, a partir de uma lógica de mercado, para a acumulação do capital.

O marketing e a propaganda serão fundamentais nesse processo da criação da necessidade do turismo e do espaço turístico produzido como atrativo, e, um ponto relevante é que a divulgação da cidade turística é feita a partir de uma construção de uma cidade ideal, de um recorte do espaço urbano ou como iremos sugerir, de uma seleção do espaço. Essa seleção do espaço não significa apenas que o que será divulgado como cidade são fragmentos atrativos para o turismo, para a compra de segunda residência ou para investimentos diversos diretamente ou indiretamente ligados a atividade do turismo, mas que a própria produção do espaço e a reestruturação do espaço ocorrem de forma seletiva, elegendo espaços que terão fortes investimentos, que sofreram transformações intensas, que serão disputados, que terão valorização, e, serão distintos de outros espaços da cidade, gerando desigualdades abissais, e tendo como consequência a formação de *circuitos turísticos*.

O circuito turístico é um ajuste do espaço urbano para acumulação e reprodução do capital, uma seleção ou recorte para fins de investimentos, transformações na infraestrutura,

embelezamento, criação e consolidação de um ou mais espaços turísticos, e, conseqüentemente, há uma alta valorização, competição, e concentração de projetos imobiliários, rede hoteleira, serviços, entre outros. O papel do Estado é imprescindível e fundamental, por conseguinte outros agentes produtores dos espaços estão presentes, sobretudo em articulação com o poder público, desde a condição do Estado que atrai empreendimentos e investimentos, do Estado que pode ser submisso as ordens e desejos de específicos agentes produtos do espaço, até o envolvimento complexo onde o público e o privado se misturam.

O circuito turístico além de ser concentrador é recorrentemente o recorte do espaço de cada cidade que será a mercadoria a ser vendida, isto é, quando tratamos de cidade turística percebemos uma seleção de imagens que irão representar esta cidade e não a cidade por completa. A cidade selecionada exalta determinados pontos e exclui outros, mostra facetas diversas, que combinam a paisagem, a infraestrutura e toda uma questão subjetiva do que a cidade pode proporcionar para o turista e para o investidor, já que a venda da cidade turística pretende atrair também empreendimentos de diversas naturezas. Problemas, conflitos e deficiências são ocultados pela atmosfera de festa, mas também pelo recorte do espaço feito.

O poder de atração do circuito turístico é tão grande que é capaz de acelerar ou alimentar as desigualdades sócio-espaciais, um desenvolvimento geográfico desigual programado desde o processo de produção e reestruturação do espaço, onde a ética dominante é a do capital, que prioriza, por exemplo, o embelezamento e o ganho de novas estruturas para o circuito turístico ao invés do atendimento de necessidades básicas de bairros distantes e excluídos do circuito turístico. Algo que deve ser reforçado é que a formação do circuito turístico poderá excluir espaços da cidade, controlando os investimentos e a prioridade do governo, que reverberará na diminuição de direitos da população periférica, do pouco acesso ao bem público de qualidade, mas, necessitará da mão-de-obra dessa população periférica. Não é por acaso a precariedade, a informalidade e a baixa-remuneração dos trabalhadores do turismo de grande parte do Brasil, pois é uma consequência desse processo de formação de circuitos turísticos.

Dessa forma, além de alimentar o processo de acumulação do capital, com espaços com infraestrutura, com constantes investimentos e prioritários para o poder público ofertados pelo para grandes empreendimentos e serviços ligados ao turismo, a exploração do trabalhador torna-se mais um ponto de lucratividade para os grandes empresários da economia do turismo. Assim, a cidade passa a ser cada vez mais recortada e ajustada para atender à lógica do capital, e, suas consequências sociais e ambientais podem ser severas.

Entretanto, a produção do espaço turístico pode apresentar a combinação entre economia do turismo, sociedade e espaço, com possíveis condições e estruturas pretéritas. Rita Cruz (2000) faz uma advertência muito precisa, apontando três casos da relação entre o turismo e o espaço urbano, que de fato representa os empecilhos e desafios da produção do espaço turístico e da reestruturação do espaço:

[I] Quando o urbano antecede o turismo, ou seja, a estruturas históricas postas, há uma necessidade de adequação do espaço para atender o mercado turístico.

Há, nesses casos, uma maior resistência à força avassaladora de transformação do território pelo turismo. Sistemas de objetos constituídos, criados por sistemas de ações histórica e socialmente estabelecidos, podem configurar-se como barreiras à expansão da atividade turística. (CRUZ, 2000. p.30)

Nesse caso, a produção do espaço está voltada para a reestruturação do espaço, podendo destruir estruturas existentes e introduzindo novas estruturas, mas também atribuindo novas funções para as estruturas existentes, com retoques, acréscimos e mudanças, por exemplo, ao transformar a área portuária em espaços de eventos, como no Rio de Janeiro, produzindo orlas equipadas no entorno de praias, muitas vezes removendo uma parte da população e destruindo estruturas antigas. O poder público é fundamental nesse processo, fazendo ajustes no espaço, com processo de remoção, com processo de criação de novos acessos, como pontes, entre outras ações.

[II] Quando o turismo ocorre concomitantemente ao processo de urbanização, nesse caso Cruz (2000) aponta como exemplo os grandes empreendimentos do Nordeste quando se instalam em áreas de urbanização rarefeita ou inexistente, contudo, próximo a praias, e, poderíamos incluir outros elementos do meio ambiente, como lagos, montanhas, dunas, rios, entre outros. Dessa forma, o preço do solo é menor do que em áreas urbanizadas e novamente o poder público é fundamental, na oferta desses espaços, muitas vezes rebaixando ainda mais o valor e com isenção ou redução de impostos para atrair os grandes empreendimentos¹⁵, como hotéis e resorts, e, com a garantia de urbanização desse espaço para um acesso funcional e para a permanência qualificada.

[III] Quando o turismo antecede o urbano, assim já há um fluxo de turistas no espaço recorrente, porém a urbanização é inexistente ou rarefeita, apresentando graves problemas. Nesse caso específico é basicamente o fluxo de turistas que incentiva à ação do poder público a urbanizar e investir no espaço, logo, acontecendo o que Knafou (1996) ressalta – a presença

¹⁵ CRUZ (1999) mostra uma série de estratégias do poder público para a atração de grandes empreendimentos no Nordeste, principalmente manipulando o preço do solo e os impostos, enquanto estratégias basilares.

do turista sendo fundamental para o lugar turístico e ainda acrescentamos, para o processo de urbanização.

No terceiro caso, em que o processo de urbanização é posterior ao (e decorrente do) advento do turismo, há, também exemplos nos territórios abrangidos pela políticas analisadas, como os antigos núcleos de pescadores, “descobertos” pelo turismo, que com a intensificação dos fluxos turísticos, tiveram seus territórios submetidos a processos de urbanização rápidos e não planejados. Porto Seguro (BA) é o exemplo nacionalmente mais conhecido desse processo (...) (CRUZ, 2000, p. 31)

A partir desses três caminhos teremos a multiplicação de cidades turísticas por vários países do mundo, nitidamente com um destaque para capitais e grandes cidades de países desenvolvidos e regiões turísticas desses países, mas com a progressiva extensão para países subdesenvolvidos e cidades de diferentes portes. Há uma multiplicidade de formas, estruturas, investimentos e condições de infraestrutura já estabelecidas que colocam as cidades turísticas em diferentes patamares, e, ainda uma profusão de modalidades de turismo que surgem e evoluem a partir, principalmente, da segunda metade do século XX. Mesmo que de forma precária o turismo é uma atividade econômica que consegue incluir muitos países subdesenvolvidos, principalmente pelas belezas naturais, contudo, há um limite para a evolução da atividade nesses países quando não há investimentos na infraestrutura e na propaganda.

Por mais que se tenha a comparação de que Paris é reconhecida por obras dos homens e o Rio de Janeiro ou o Caribe são reconhecidos por obra divina ou obra da natureza, seria impossível pensar no desenvolvimento do Rio de Janeiro ou do Caribe sem a infraestrutura e sem a projeção desses espaços no mercado internacional de turismo.

Para que o fazer turístico - inserido na lógica de uma atividade econômica organizada – possa acontecer, faz-se necessária a criação de um sistema de objetos capaz de atender à demanda de ações que lhe é própria. (CRUZ, 1999, p. 2)

Até mesmo pela ideia de que o desenvolvimento do turismo dos países caribenhos não interessa apenas a esses países depois de um tempo, mas também a grandes corporações, grandes empreendimentos internacionais, grandes resorts e redes de hotéis, entre outros agentes presentes nesses países.

2.3A consolidação do turismo a partir da lógica de mercado.

A eficácia dos objetos e a racionalidade das ações são dados deste momento histórico, presidido por uma necessária racionalidade do mercado (como condição da reprodução do capital) e por uma acirrada competitividade espacial, resultante da conformação de um mercado globalizado. (CRUZ, 1999, p.10)

A advertência de Rita Cruz complementa os pontos ressaltados por Harvey, trazendo um aspecto bem importante, a lógica de competitividade espacial, um mercado que se expande no século XX de espaços turísticos, logo, fundamentalmente, de cidades turísticas. Obviamente, muitas regiões turísticas surgem, na tentativa de mobilizar um grupo de cidades que apresentam características ambientais semelhantes ou podem oferecer tipos de serviços complementares, mas sem dúvidas, a relevância da cidade é significativa.

Nesse sentido, o recorte entre 1950-1990 como um segundo momento de desenvolvimento do turismo, onde há o crescimento com mais potência e amadurecimento dessa atividade em vários pontos do mundo, em um contexto de avanço da urbanização, do transporte, da técnica, com um crescimento demográfico considerável, com a massificação do turismo enquanto elemento de lazer indispensável, e, com a proliferação de modalidades de turismo. E, com imenso destaque, o turismo de sol e praia avança e controla os litorais de muitas cidades: Os "litorais quentes" encontram-se, desde, pelo menos, a segunda Guerra Mundial, entre os espaços mais visados pelo uso do turismo. (CRUZ, 1999, p. 30)

A mesma autora complementa, tratando do Nordeste brasileiro, contudo, uma análise que pode ser estendida para várias cidades litorâneas que exploram o turismo de sol e praia do mundo:

A construção cultural da valorização do modelo sol/praias é a base sobre a qual se assenta a 'potencialidade natural' (...). Imagens e paisagens que encantam são, entretanto, como 'ilhas da fantasia' numa realidade bem menos encantadora'. E, como não se pode esconder totalmente a realidade, durante todo o tempo, uma das formas espaciais assumidas pelo turismo no Nordeste (bem como em outras regiões do país) são esses simulacros, territórios do confinamento pelo e para o turismo. (CRUZ, 1999, p.90)

A criação da necessidade do lazer, a multiplicação de modalidades de turismo, o aproveitamento e a mercantilização das potencialidades naturais dos lugares, a urbanização turística, a urbanização para o turismo, a produção de infraestrutura, são todos fatores fundamentais e devem ser analisados combinados para entender esse novo contexto, contudo é preciso dar amplo destaque ao desenvolvimento do que Milton Santos (2008) trata como meio técnico-científico-informacional. As transformações nesses três pilares destacados pelo autor acontecem com pujança a partir da segunda metade do século XX, alcançando proeminência a partir da década de 1970.

O terceiro período começa praticamente após a segunda guerra mundial, e sua afirmação, incluindo os países do terceiro mundo, vai realmente dar-se nos anos 70. (...) Essa união entre técnica e ciência vai dar-se sob a égide do mercado. E o mercado, graças exatamente à ciência e a técnica, torna-se um mercado global. A ideia de ciência, a ideia de tecnologia e a ideia de mercado global devem ser encaradas conjuntamente (...). (SANTOS, 2008, p. 238)

O meio técnico-científico-informacional colabora para uma série de condições e fatores que serão fundamentais no crescimento do turismo: a mobilidade no espaço, seja a partir de novas estruturas (estradas, rotas, pontes, e qualquer forma de integração entre os espaços), da ampliação, da melhor qualidade e da rapidez dos meios de transportes; da informação que é fundamental para divulgação das cidades turísticas, colocando muitas cidades no mapa do turismo internacional, assim como a propaganda de venda de imóveis de segunda residência, apropriando-se da condição turística das cidades; e, da criação de novos espaços turísticos, e de infraestrutura turística com destaque para a rede hoteleira de forma geral, cada vez mais alinhados com as novas tecnologias, mostrando espaços de inovação, e, sobretudo, a inclusão de espaços antes “opacos” no circuito turístico, tornando-se espaços “luminosos” (como sugere SANTOS, 2008). Assim, muitos lugares com difícil acesso são alcançados, lugares com temperaturas extremas, seja o calor do deserto ou o frio de uma área temperada são amenizados, e, inclusive, espaços artificiais são constituídos, com o apoio central da técnica e da ciência, das ilhas artificiais, parques, passando por estações de esqui em Gramado (Rio Grande do Sul) ou e Dubai, por espaços orientais em várias cidades brasileiras.

Há duas advertências: primeiramente, que os espaços inóspitos alcançados e ressignificados apresentam minimamente uma condição para isso, logo, Dubai se ergue principalmente a partir da década de 1990 por conta do boom do petróleo, isto é, a “revolução” técnica só é operada se tiver condição financeira, e ainda pelo interesse de agentes produtores do espaço, devido ao fluxo turístico, pela possibilidade de valorização do espaço, entre outros fatores. O turismo trabalha de forma incisiva em espaços que são totalmente alienados ao seu entorno, desde “ilhas da prosperidade, do lazer e diversão” próximas a espaços de pobreza, miséria e de uma série de mazelas, até espaços que simulam uma realidade inexistente, relacionados ao clima, a história e a cultura. Assim, a validade e a originalidade de muitos espaços criados em cidades turísticas são questionáveis. E mais uma vez, reforça-se que em muitos casos há uma seleção de espaços de investimentos dentro da própria cidade, que é vendida em quanto cidade turística, logo o marketing trata de cidade, mas o processo real de turistificação e o foco desse marketing é restrito.

Como consequências diretas desse processo para o turismo se observa a criação de espaços turísticos cada vez mais similares e a construção de réplicas de espaços turísticos de vários países, e, de fato, Santos (2008) explica em linhas gerais que:

A unicidade das técnicas induz a uma certa similaridade entre muitos objetos, com a emergência, em diversos lugares, de paisagens com o mesmo ar de família. E. Relph (1976, pp. 114 e 134) se refere a essa atenuação das diferenças morfológicas entre

lugares, uma crescente estandardização e banalização das paisagens culturais (P. Cunill, 1994). Os centros das cidades são a mostra mais visível dessa vocação à mesmice, lembrada por Parkes & Thrift (1980, p. 132) já que não apenas se parecem arquitetonicamente, como também, se assemelham por trabalhar a um ritmo induzido similar. (SANTOS, 2008, p. 249-250)

Nas cidades turísticas brasileiras, por exemplo, observa-se a revitalização dos centros históricos de muitas cidades que passam desde um processo amplo de reestruturação, até retoques e embelezamentos pontuais. Os centros históricos ganham uma função importante em muitas cidades turísticas, tornando-se referências para a propaganda turística e ganhando a atenção do poder público para investimentos, de Salvador até o Rio de Janeiro, de Natal até Curitiba. Assim, novos espaços podem ser incorporados nesse processo de reestruturação do espaço histórico, como centros de artesanatos, bares, museus, pubs, entre outros empreendimentos que irão mesclar tempos distintos no mesmo espaço, um processo que é visto em muitas cidades. Pode-se também fazer uma comparação das orlas das praias de muitas cidades litorâneas do Brasil, cada vez mais com aspectos similares, com espaços turísticos, com espaços exclusivos para fotografias, onde letreiros estilizados se tornam pontos turísticos¹⁶, assim o paredão de prédios em frente da praia se repete em muitas cidades brasileiras, majoritariamente capitais, porém, não exclusivamente em capitais. Contudo, há limites nessas aproximações e semelhanças, o espaço não é só homogêneo, nem a homogeneidade se refere sempre a estrutura e a essência do espaço.

A aparente homogeneização de paisagens pelo e para o turismo resulta da massificação de gostos e de modismos, produtos de uma "indústria de produção de imagens" (Harvey, 1996) e frutos de uma sociedade de consumo mundial. Essa homogeneização limita-se, porém, apenas ao plano das aparências, já que espaço - que dá vida à paisagem - não pode ser homogeneizado. (CRUZ, 1999, p.)

O avanço técnico de se locomover no espaço de forma mais rápida possibilita a aproximação entre espaços emissores de turistas com espaços receptores de turistas, tornando cada vez mais complexo e competitivo no decorrer das décadas o turismo internacional, dando imensa projeção a essa atividade.

Hoje, num mundo desunido, porém mais do que nunca solidário, as comunicações são rapidíssimas e o deslocamento das pessoas é realizado a 1000 km/h. (...) É como se, em pouco mais de um século, as distâncias de fato, isto é, os obstáculos concretos opostos às relações pela distância, tivessem sido reduzidos numa proporção de ordem de cinquenta vezes. (GEORGE, 1970b, p.69)

¹⁶ Há uma profusão de espaços próximos a ideia de praça, com jardins, com esculturas, e, com letreiros identificando a cidade, o estado, um termo específico e os comuns "eu amo" a cidade: Em São Luís – Maranhão tem "Ilha do amor"; em João Pessoa tem "Eu amo Jampa", no marco zero em Recife tem o nome da cidade com a representação do guarda-chuva simbolizando o frevo, em Cabo Frio – RJ tem "Eu amo Cabo Frio".

Dessa forma: “(...) nunca esteve a informação tão presente nem tão insistente em toda parte. Nunca as distâncias pareceram tão reduzidas pela possibilidade de transpô-las em tempos cada vez mais curtos” (GEORGE, 1971, p.208). O turismo em um novo estágio, com novas e maiores possibilidades de acumulação e reprodução do capital, todavia é importante a ressalva:

As diferenças de técnicas, aumentando brutalmente no curso do último século, agravaram as desigualdades entre as coletividades humanas. Os imensos progressos realizados nas técnicas físico-químicas, na instrumentação matemática, aplicados na indústria, que preparam a utilização banal da energia nuclear, e, porventura, o turismo interplanetário... estão longe de ter acarretado um desenvolvimento global da humanidade. (GEORGE, 1971, p. 208)

O desenvolvimento e a presença da técnica são geograficamente desiguais, isso explica a simultaneidade dos avanços técnicos e da contínua e grave disparidade técnica. Assim, mesmo que em partes seletivas do território, a técnica avança para os países subdesenvolvidos nesse contexto. Logo:

O período atual diferencia-se nitidamente dos precedentes por sua capacidade nova de revolucionarização. Pela primeira vez na história dos países subdesenvolvidos, duas variáveis elaboradas no centro do sistema encontram uma difusão generalizada nos países periféricos. Trata-se da informação e do consumo – a primeira estando a serviço do consumo -, cuja generalização constitui um fator fundamental de transformação da economia, da sociedade e da organização do espaço. No que concerne ao espaço, as repercussões desse novo período histórico são múltiplas e profundas para os países subdesenvolvidos. A difusão da informação e a difusão das novas formas de consumo constituem dois dados maiores de explicação geográfica. Por intermédio das suas diferentes repercussões, elas são ao mesmo tempo geradoras de forças de concentração e de forças de dispersão, cuja atuação define as formas de organização do espaço. (SANTOS, 2008b, p. 35-36)

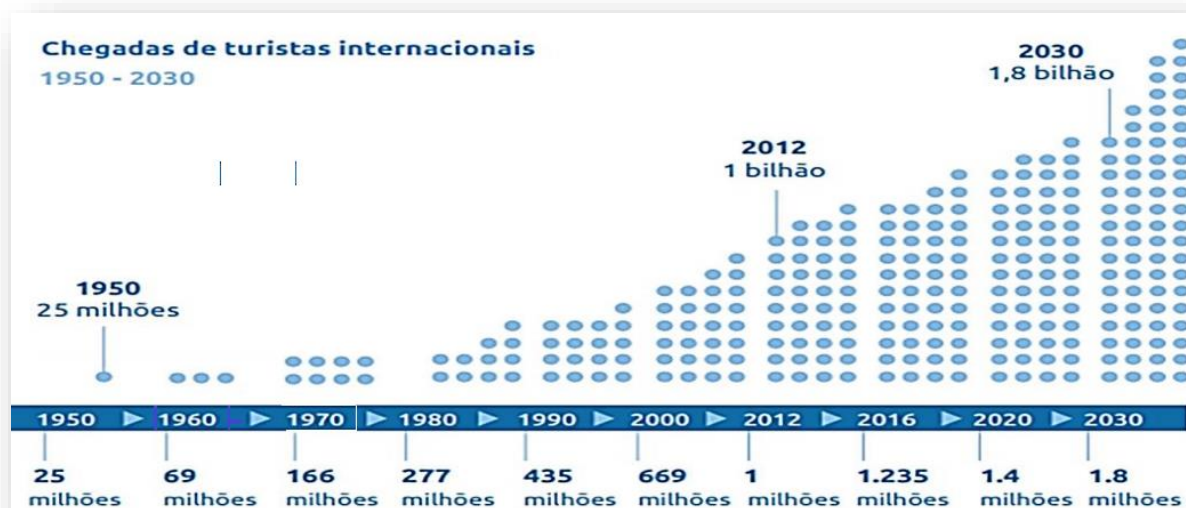
Não é só a indústria e o processo de industrialização que passam a se desenvolver mesmo que de forma distinta nos países subdesenvolvidos, mas toda a lógica de consumo atrelada ao desenvolvimento das comunicações, mesmo que não seja na mesma intensidade. A informação estimula o consumo a partir da criação de necessidades, como já mencionado, o bairro de Copacabana é fruto de um processo extremamente dependente da comunicação, que forja a ideia de “nova civilização” para um espaço de um país subdesenvolvido que tem inspiração em espaços de países desenvolvidos. Assim, a vida urbana e um padrão de vida elitizado já passam a ser vitrines pelo menos a partir de um modelo ocidental de vida, para vários países do mundo, incluindo os países desenvolvidos, que conseguem apenas copiar esse estilo de vida em parcelas do espaço para parcelas da população.

E inserido no que Santos (2008b) chama de “novas formas de consumo” está o consumo dos espaços turísticos, que tem relação com as transformações econômicas e conseqüentemente com a organização do espaço. Portanto, o turismo não está alheio desse processo geral descrito

pelo autor, torna-se uma importante atividade desenvolvida a partir do contexto, atrelado ao desenvolvimento da técnica, da ciência e da informação.

Torna-se fundamental apresentar e analisar esse contexto para compreender e articular as mudanças e o crescimento da economia do turismo. Um ponto relevante dentro de todo esse processo de consolidação do turismo é analisar os dados para se ter a dimensão, compreendendo que esse processo ocorre de forma heterogênea. Será possível perceber não só o crescimento expressivo a partir da década de 1950, como a existência de um fluxo de turistas anterior a essa década, mostrando justamente que esse processo gradativamente alcança força no decorrer do século XX. Logo, é preciso analisar os quesitos de fluxo de turistas pelo mundo, locais receptores de turistas, renda gerada a partir do turismo. Os dados a seguir apontam apenas a chegada de turistas internacionais, contudo já é um importante indicador.

Figura 16 FLUXO DE TURISTAS INTERNACIONAIS



Fonte: Organização Mundial do Turismo (OMT) – 2018/ <https://www.ipece.ce.gov.br/>. Acesso em 15/12/2019 (adaptado)

Há três intervalos importantes que devem ser compreendidos pelo contexto específico: primeiro de 1950-1970, ainda envolvido com as mudanças do pós-guerra, com os diversos processos de reestruturação da economia e do espaço da Europa Ocidental, com a expansão de rodovias e do uso do automóvel, com a criação e aumento de companhias aéreas, saltando de 25 milhões para 166 milhões de turistas internacionais em duas décadas; posteriormente, o intervalo 1980-2000, com o avanço do meio técnico científico informacional, a expansão do modelo de turismo de mercado, crescimento das empresas aéreas, melhoria dos aviões e crescimento do número de vôos, e, ainda, com o avanço do neoliberalismo, do crédito, das

empresas de viagens, da tecnologia, entre outros fatores, conseqüentemente, os números são significativos, saindo de 277 milhões para 699 milhões de turistas; e, o intervalo do ano 2000 até a atualidade, e, no caso do gráfico com projeção até 2030, onde o processo de crescimento continua acelerado, os destinos turísticos tradicionais mantêm o grande fluxo de turistas, e, há um acréscimo de inúmeros destinos turísticos por todo o mundo, principalmente, atingindo as várias modalidades de turismo, reestruturando a economia e o espaço, ora com serviços e espaços semelhantes entre si, ora com espaços exóticos e novas alternativas de atrair turistas, além disso, o contexto atual é emblemático por atingir o quantitativo de 1 bilhão de turistas internacionais 2012, e, com projeções de 1,8 bilhão de pessoas em 2030.

O crescimento dos fluxos de turistas internacionais em movimento pelo mundo é realmente impressionante, gerando receitas importantes para as cidades, estados e países, e, concomitantemente a esse processo a produção do espaço turístico e a urbanização turística também avançam amalgamados à produção e reestruturação do espaço. É fundamental incluir o fluxo de turismo interno em um país, no caso do Brasil em específico é decisivo, com a movimentação de milhares de pessoas e gerando receitas. Obviamente que o peso do turismo interno pode ser ajustado com a melhoria da técnica, das estradas, com o avanço das companhias aéreas, aumento da quantidade de vôos, construção e ampliação dos aeroportos, processos que ocorrem nessa segunda metade do século XX e possibilitam viagens de longa distância, contudo, mesmo no Brasil atual, com mais possibilidades de atrair turistas estrangeiros, o turismo interno continua sendo muito forte e tendo grande participação na economia de muitas cidades.

A reestruturação do espaço nas cidades turísticas deve atender a tríade de George (1973), de acesso, condições de permanência e qualidade da permanência, já que é indispensável a conexão entre o espaço emissor de turistas e o espaço receptor de turistas. E, há pontos que devem ser reforçados nessa relação entre urbano-turismo-infraestrutura:

[I] A mobilidade urbana e organização do espaço - as obras de pavimentação, construção e ampliação de rodovias e estradas, construção e ampliação de pontes, manutenção das vias locais, organização do trânsito, para ter mais fluidez, dos estacionamentos e espaços para ônibus de turismo, criação e, sobretudo, produção de leis e regras, como algumas cidades que o ônibus de excursão precisa cumprir burocracias.¹⁷ E um ponto central na segunda metade do século

¹⁷Em Campos do Jordão – SP, para um ônibus de excursão entrar na cidade é preciso de um guia turístico, conforme o documento “Diagnóstico da Atividade turística” de 2018. Fonte: http://camposdojordao.sp.gov.br/Arquivos_Publicacoes/PPA_LDO/21112019-024120-diagnostico-da-atividade-

XX é a construção e reformas de aeroportos, construção e ampliação de pistas, desenvolvimento das companhias aéreas, e ampliação gradativa dos voos nacionais e internacionais. Mesmo tendo uma ordem de acordo com o desenvolvimento dos espaços, o processo de crescimento de infraestruturas criadas para o turismo ou utilizadas também pelo turismo cresce em volume e qualidade nesse contexto, e, possibilita esses deslocamentos crescentes apontados no gráfico.

Até a Segunda Grande Guerra, viajar de avião, além de ser dispendioso, era extremamente desconfortável e perigoso. O alto custo das aeronaves se refletia nas altas tarifas cobradas aos [poucos] usuários do transporte aéreo. Pilarski (2007) enfatiza que o alcance (range) dos aviões era curto, o que provocava lentidão; os vôos eram realizados relativamente em baixas altitudes e os movimentos de turbulência causavam grande desconforto aos passageiros. Quando se refere aos primórdios da aviação comercial, Smith Jr. (2002) possui um ponto de vista similar ressaltando que os aeroportos e o controle aéreo eram primitivos e que falhas e acidentes eram comuns. Os aviões viajavam em baixas altitudes [não haviam sido inventadas as cabines pressurizadas], os pilotos enfrentavam as intempéries atmosféricas e os voos necessitavam de diversas escalas para reabastecimento das aeronaves. Também eram comuns os acidentes aéreos. Muitos dos problemas que a aviação comercial enfrentava começaram a ser resolvidos a partir da Segunda Guerra Mundial. (FERREIRA, 2017, p. 4)

A reforma e ampliação de aeroportos são dados (estratégias) desse processo. Aeroportos, como rodovias, são condicionantes materiais da fluidez de pessoas e de mercadorias. (CRUZ, 1999, p. 153) A consequência direta é o crescimento exponencial não só de turistas, mas a intensificação dos vários negócios que compõe a economia do turismo, isto é, com rodovias e vôos os empreendimentos imobiliários, a rede hoteleira, serviços diversos do turismo como bares, restaurantes, passeios, espaços de recreação, esportes, aventura, jogos, entre outros, têm a possibilidade de iniciar, de expandir na mesma cidade e para novas cidades. Um espaço com potenciais naturais para ser utilizado para fins turísticos sem infraestrutura ou fora desse contexto de transformação dificilmente se tornará um espaço turístico, o que confronta diretamente a ideia de vocação turística, apontando que o crescimento da economia do turismo é preponderantemente um processo social, histórico e geográfico.

[II] A manutenção da forma dos espaços e mudança de função - como os fortes usados para a guerra, e, que se tornaram espaços turísticos, como o Forte de Copacabana no Rio de Janeiro, o Forte São Matheus em Cabo Frio; os centros históricos em várias grandes cidades do Brasil, utilizados como espaços turísticos, entre outros exemplos; conventos, igrejas antigas e outros espaços vinculados à religião, que se tornam espaços de visitação, como as igrejas no Pelourinho em Salvador, o convento Nossa Senhora da Assunção em Cabo Frio que se tornou

turística.pdf. Em 2010 a presença de guia turístico no ônibus era facultativa, mas era preciso respeitar o roteiro turístico. Na cidade de Cabo Frio, há um espaço criado para os ônibus de excursão, que não podem circular pela cidade, com uma lei de cobrança de tarifas a partir de 2012. Fonte: <http://g1.globo.com/rj/regiao-dos-lagos/noticia/2013/12/regras-do-estacionamento-de-onibus-em-cabo-frio-rj-comecam-valer.html>

museu e ponto turístico; do centro de turismo de Natal, que abarca artesanatos nos períodos de manhã e tarde, e, às quintas-feiras a noite funciona um evento chamado “Forró com o turista”, em um grande prédio construído na virada do século XIX para o século XX, que já foi residência particular, asilo de mendicantes, orfanato, área de segurança militar (durante a 2ª Guerra Mundial) e penitenciária pública de Natal até 1969, sendo restaurado e inaugurado como centro de turismo na década de 1970, e, tombado na década de 1980¹⁸, entre outros vários exemplos.

[III] A criação de espaços turísticos, nesse sentido, novas estruturas, formas e com as funções de lazer, recreação, esporte, de suporte e infraestrutura, ou simplesmente de embelezamento. Dessa forma, novamente se ressalta as orlas das praias de grandes cidades turísticas, que são construídas e reconstruídas, que ganham novos equipamentos, de serviços como bares, restaurantes, quiosques, prédios, hotéis, condomínios residenciais, vias para caminhadas, para ciclistas, duchas, espaços para esportes, tendas, palcos, eventos diversos, acesso de qualidade e com segurança para a praia, pontos turísticos. As rodadas de reestruturação, a recuperação e reparação, novos embelezamentos e espaços são importantes para dinamizar os espaços turísticos, forjando novas experiências, e, consolidando o circuito turístico como concentrador, concomitantemente a demandas históricas e de extrema necessidade de outros espaços da cidade externos ao circuito turístico.

2.4 A dimensão política: A exacerbação da lógica de mercado.

Tratamos até agora da relevância do Estado em várias dimensões e relações, todavia é importante fazer a análise das transformações do Estado a partir do neoliberalismo e o impacto na economia do turismo. Entende-se assim que a economia e a política devam ser vistas articuladas, e, que a economia do turismo não está mais uma vez alheia desse processo, como já apontamos o Estado é decisivo e imprescindível na condução do desenvolvimento do turismo, dos processos de produção e reestruturação do espaço e dos ajustes espaciais, beneficiando em alguns momentos a rede hoteleira e de resort, grandes projetos imobiliários, grandes redes prestadoras de serviço.

É recorrente em muitos estudos econômicos ter o neoliberalismo como marco de processos, seja como ponto de partida ou como ponto de mudança. Há várias interpretações importantes: neoliberalismo como doutrina econômica, como intitula SANTOS (2002); racionalidade neoliberal, como expõe Dardot e Laval (2016); teoria das práticas político-

¹⁸ Fonte: <https://www.forrocomturista.com.br/centro-de-turismo>

econômicas como aponta Harvey (2011).

Faremos dois grandes destaques: primeiramente acerca dos elementos teóricos, e, posteriormente, com as experiências neoliberais – isto é, as políticas-econômicas, o neoliberalismo implementado por diferentes governos, realçando também o discurso neoliberal ou a racionalidade neoliberal.

2.4.1 A construção teórica do neoliberalismo

O neoliberalismo tem no seu alicerce teórico na ideia de liberdade, que vai desde a liberdade econômica até a liberdade nos costumes. Junto a essa ideia ainda podemos ressaltar: a competição e a concorrência, vitais para uma economia de mercado saudável e com impactos na sociedade; o individualismo ao invés de uma busca pelo coletivo; o privado ao invés do público, pelo menos em linhas gerais; um Estado que funciona como promotor da competição das empresas, que muda de função (como sugere Harvey, 2011), sendo preciso em suas atuações.

“O caminho da servidão” de Hayek, publicado em 1944 é uma obra de fundamental importância sobre a necessidade de um liberalismo aprimorado, onde se encontra grande parte dos elementos apontados anteriormente, e, que funda novas discussões sobre o campo, tendo um impacto gigantesco em vários países. As características do contexto social, temporal e espacial são fundamentais para posicionar o livro e entender muitas análises: a experiência de duas guerras mundiais, com o fato de que a segunda guerra mundial transcorria durante a construção e no lançamento da primeira edição do livro; o avanço do socialismo em vários países do mundo, a partir da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), onde o autor faz a reserva de uma crítica mais específica, por estar do mesmo lado da guerra do país socialista; o avanço do fascismo e do nazismo em solo europeu e desencadeadores da segunda grande guerra; do descrédito do liberalismo em alguns países centrais após a crise de 1929; o avanço do keynesianismo e do estado de bem-estar social em países de economia desenvolvida.

Em grande parte do livro, Hayek (2010 [1944]) usa a estratégia de mostrar a necessidade de um liberalismo renovado e atualizado, o “neoliberalismo”, mesmo não utilizando esse termo, a partir da ameaça de doutrinas onde o Estado intervém ativamente na economia e na sociedade, que nesse contexto dominavam o mundo. Assim, utilizando-se do medo da ausência de democracia, de radicalismos e extremismos, o autor aproxima fascismo, nazismo, socialismo e marxismo no decorrer do livro, com o objetivo de tornar a doutrina liberal como única e

indispensável saída para o mundo livre, democrático e sem os malefícios de um Estado ditatorial ou que caminhasse para a ditadura. O autor ainda faz duras críticas à linha conservadora, quando faz um prefácio em 1975, do mesmo livro, para os Estados Unidos. O autor aproxima a perspectiva conservadora do socialismo, e, aponta que o liberalismo que defende não é apenas econômico, mas também referente aos costumes, não podendo ter assim uma separação¹⁹.

A liberdade de mercado é associada frequentemente com a competição e a concorrência, junto a necessidade de um Estado pouco-interventor:

A doutrina liberal é a favor do emprego mais efetivo das forças da concorrência como um meio de coordenar os esforços humanos, e não de deixar as coisas como estão. Baseia-se na convicção de que, onde exista a concorrência efetiva, ela sempre se revelará a melhor maneira de orientar os esforços individuais. Essa doutrina não nega, mas até enfatiza que, para a concorrência funcionar de forma benéfica, será necessária a criação de uma estrutura legal cuidadosamente elaborada, e que nem as normas legais existentes, nem as do passado, estão isentas de graves falhas. Tampouco deixa de reconhecer que, sendo impossível criar as condições necessárias para tornar efetiva a concorrência, seja preciso recorrer a outros métodos capazes de orientar a atividade econômica. Todavia, o liberalismo econômico é contrário à substituição da concorrência por métodos menos eficazes de coordenação dos esforços individuais. E considera a concorrência um método superior, não somente por constituir, na maioria das circunstâncias, o melhor método que se conhece, mas, sobretudo por ser o único método pelo qual nossas atividades podem ajustar-se umas às outras sem a intervenção coercitiva ou arbitrária da autoridade. (HAYEK, 2010, p.63)

Dos Santos (2002), Anderson (1995, 2003) e Harvey (2011) assumem a importância do livro de Hayek de 1944, inclusive como um grande impulso para a formação do Mont Pelerin Society, um grupo inicialmente pequeno de renomados pensadores, que se reúne no sul da Suíça em abril de 1947, imbuídos da ideia de que os valores centrais da civilização estavam em perigo, diagnosticando a existência de um poder arbitrário e o solapamento da liberdade, em virtude de credos, estando claramente contrários ao Estado de bem estar social europeu, ao New Deal americano, e, ainda ao socialismo, construindo gradativamente a conexão com a elite financeira e grandes corporações.

¹⁹Embora elemento necessário em toda sociedade estável, o conservantismo não constitui, contudo, um programa social; em suas tendências paternalistas, nacionalistas, de adoração ao poder, ele com frequência se revela mais próximo do socialismo que do verdadeiro liberalismo; e, com suas propensões tradicionalistas, anti-intelectuais e frequentemente místicas, ele nunca, a não ser em curtos períodos de desilusão, desperta simpatia nos jovens e em todos os demais que julgam desejáveis algumas mudanças para que este mundo se torne melhor. Por sua própria natureza, um movimento conservador tende a defender os privilégios já instituídos e a apoiar-se no poder governamental para protegê-los. A essência da posição liberal, pelo contrário, está na negação de todo privilégio, se este é entendido em seu sentido próprio e original, de direitos que o estado concede e garante a alguns, e que não são acessíveis em iguais condições a outros. (HAYEK, 2010, p. 17)

Boa parte dos custos da organização do encontro foram financiados pela elite econômica suíça. O pagamento de dez diárias para cinquenta pessoas no luxuoso Hotel Du Parc era um investimento que demonstrava a disposição daquele grupo de empresários para financiar o projeto de Hayek. A reunião de acadêmicos, empresários e jornalistas de dez países diferentes ocorreu no imponente Hotel Du Parc, situado próximo à cidade de Vevey, na Riviera suíça. A região era um dos principais destinos turísticos dos europeus ricos no final do século XIX e início do século XX. O ambiente bucólico, distante da agitação das zonas urbanas, refletia os sentimentos daquela aristocracia intelectual que temia as rápidas transformações do mundo contemporâneo. (ONOFRE, 2018, p. 162)

Figura 17 O HOTEL DU PARC NO ALTO DO MONTE PELERÍN NA SUÍÇA



Fonte: <https://spiritofcontradiction.eu> Acesso em 16 de agosto de 2019

A imagem é simbólica: o hotel luxuoso, cercado por uma grande área verde, sem aglomeração de pessoas, e, com um certo isolamento, em um país europeu desenvolvido. Uma elite intelectual pensando soluções para a sociedade estando desconexa dessa sociedade, e, em um cenário de ampliação do Estado de bem estar social e do socialismo. Paulatinamente esses autores produzem o arcabouço teórico do neoliberalismo, ganhando notabilidade acadêmica na década de 1970, com Hayek em 1974 e Friedman em 1976 conquistando o prêmio Nobel de economia, dominado largamente pelos intelectuais do Mont Pelerín Society até a década de 1990, o que significou a consagração dessa corrente. (DOS SANTOS, 2002; DARDOT, LAVAL, 2016)

O turismo não está presente apenas na escolha de um hotel na Suíça que era referência para um turismo elitizado, que explorava a montanha, o frio, a tranquilidade, mas como uma atividade econômica que será afetada diretamente pela consagração das políticas neoliberais e dos governos neoliberais ali gestadas, significando ainda o contínuo crescimento do turismo de

mercado, que se funda em ideias de consumo, de liberdade, de espaços privatizados e privativos, de competição entre cidades turistas e de valores econômicos na frente de sociais. Assim, a expansão do neoliberalismo significa a expansão do turismo de mercado.

2.4.2 As experiências neoliberais

O discurso neoliberal é produzido tanto pelos teóricos, que apontam o neoliberalismo como saída necessária para a economia, quanto pelos governos, que tratam o neoliberalismo como política-econômica ideal para o crescimento econômico do país, entre outros apelos.

Harvey (2011) trata de elementos centrais do neoliberalismo, enquanto política-econômica, e apresenta uma conexão com parte dos elementos teóricos.

O neoliberalismo é em primeiro lugar uma teoria das práticas político-econômicas que propõe que o bem-estar humano pode ser melhor promovido liberando-se as liberdades e capacidades empreendedoras individuais no âmbito de uma estrutura institucional caracterizada por sólidos direitos a propriedade privada, livres mercados e livre comércio. O papel do Estado é criar e preservar uma estrutura institucional apropriada a essas práticas; o Estado tem de garantir, por exemplo, a qualidade e a integridade do dinheiro. Deve também estabelecer as estruturas e funções militares, de defesa, da polícia e legais requeridas para garantir direitos de propriedade individuais e para assegurar, se necessário pela força, o funcionamento apropriado dos mercados. Além disso, se não existirem mercados (em áreas como a terra, a água, a instrução, o cuidado de saúde, a segurança social ou a poluição ambiental), estes devem ser criados, se necessário pela ação do Estado. Mas o Estado não deve aventurar-se para além dessas tarefas. (HARVEY, 2011, p. 12)

Uniformizar as políticas neoliberais que assumem protagonismo em vários governos pelo mundo a partir da década de 1970 é um equívoco, e, nesse sentido Pierre Salama (2003), em um tom de admoestação, traz uma importante colaboração, afirmando que há muitos projetos neoliberais, apesar de existir características comuns como a confiança cega na dinâmica de mercado e a redução do tamanho do aparato estatal. Além disso, há um movimento de avanço e retração dos projetos neoliberais, onde a eleição de um governo neoliberal pode influenciar em outras eleições, e, assim formando um bloco de países neoliberais, concomitantemente, há resistências e outros modelos de governo que podem assumir o protagonismo em determinados tempos e espaços, igualmente, provocando uma reação em cadeia em outros países. E, em cada rodada de neoliberalismo, é possível identificar tanto elementos semelhantes e distintos entre os países no mesmo contexto, assim como é possível identificar elementos semelhantes e distintos entre contextos diferentes.

Pode-se afirmar que as combinações do neoliberalismo são diversas, primeiramente com um plano maior de governo, desde a aliança com o neoconservadorismo, como deflagra Harvey (2008), assim como com governos ditatoriais e autoritários, governos próximos a social-democracia, governos com políticas nacionalistas e protecionistas, entre outros modelos. Há outros pontos, especificamente das políticas, que possuem intensidades distintas entre os projetos neoliberais como: a medida da redução do Estado para os fins sociais e econômicos, a intensidade do processo de privatização, o impacto na inflação e nos índices econômicos, a subserviência ao capital internacional e a instituições como o FMI, os impactos sociais no que tange a desigualdade social e a qualidade de serviços públicos básicos como educação e saúde, a incorporação da lógica do neoliberalismo nas atividades econômicas, os impactos no mundo do trabalho, e, ainda os momentos onde o Estado será interventor, já que é imprescindível a atuação do Estado no neoliberalismo.

Além de ter combinações e nuances diversas, verifica-se que há em muitos casos uma rodada, um ciclo ou ainda uma onda neoliberal, que atinge países da mesma região e continente em sequência.

Na Inglaterra, foi eleito o governo Thatcher, o primeiro regime de um país de capitalismo avançado publicamente empenhado em pôr em prática o programa neoliberal. Um ano depois, em 1980, Reagan chegou à presidência dos Estados Unidos. Em 1982, Kohl derrotou o regime social liberal de Helmut Schmidt, na Alemanha. Em 1983, a Dinamarca, Estado modelo do bem-estar escandinavo, caiu sob o controle de uma coalizão clara de direita, o governo de Schluter. Em seguida, quase todos os países do norte da Europa ocidental, com exceção da Suécia e da Áustria, também viraram à direita. A partir daí, a onda de direitização desses anos tinha um fundo político para além da crise econômica do período. (ANDERSON, 1995, p. 11)

Anderson (1995) ainda trata da expansão do neoliberalismo para a Oceania e o leste europeu, apontando que nessas regiões o neoliberalismo se manifestou de forma mais autoritária e radical. Na América do Sul, segundo Emir Sader (2013), o neoliberalismo se apresentou de formas distintas, desde Pinochet no Chile com uma ditadura, o “nacionalismo” de Menem na Argentina, e, ainda a partir do social-democrata Fernando Henrique Cardoso no Brasil. Mais uma vez, a expansão regional do neoliberalismo acontece, sendo o Chile o primeiro atingido, e, com um intervalo maior para o processo que se expandiria nas décadas de 1980 e 1990, basicamente em sequência nos países sulamericanos.

Tabela 2 O NEOLIBERALISMO NOS PRINCIPAIS PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL.

PAÍS	ANO	GOVERNO	CONTEXTO ANTERIOR AO GOVERNO NEOLIBERAL
Chile	1973	Pinochet	Governo socialista eleito democraticamente, realizando uma série de reformas antiliberais. Golpe militar que deu origem a ditadura neoliberal.
Bolívia	1985	Victor Paz	Crise econômica com hiperinflação. Governo eleito após longa ditadura e intervenção dos EUA em 1984.
Venezuela	1989	Carlos Andrés	Crise Econômica e caos social, com o aumento de pessoas abaixo da linha da pobreza, com a fome atingindo parcela significativa da população.
Argentina	1989	Carlos Menem	Regime militar de 1976 até 1983. Governo de Alfonsín (1983 – 1989) com crise econômica e hiperinflação.
Peru	1990	Alberto Fujimori	Governo García (1985 – 1990) com doses pequenas de neoliberalismo, que não afastaram a crise econômica e a hiperinflação. Fujimori vence a eleição em 1990 sem o discurso neoliberal, mas adota o neoliberalismo após principalmente a viagem aos EUA. Auto-golpe em 1992.
Brasil	1990	Fernando Collor	Ditadura Militar (1964 – 1985). Governo Sarney (1985 – 1989) que assumiu após afastamento de Tancredo Neves (eleito indiretamente). Crise econômica e hiperinflação no fim do governo.
Equador	1992	Sixto DuránBallén.	Hiperinflação em 1992, com baixo poder aquisitivo da população, com o caso emblemático do salário mínimo cobrir apenas 40% da cesta básica.

Fonte: Organizado por RAMÃO²⁰, 2019.

Há uma relação entre crises econômicas, sociais, políticas, reais ou forjadas com a adoção da agenda neoliberal, que passa a ser o antídoto para um contexto caótico, e, de fato, há menos resistências para uma população aceitar medidas de austeridade em um cenário de crise, e, nesse sentido, muitos governos autoritários emerge

A tabela reafirma a relação entre crises e a adoção do receituário neoliberal, mesmo como um remédio amargo, e, muitas vezes, acompanhado do autoritarismo. Na América do Sul, o quadro político-econômico-social que antecede o início do governo neoliberal, e, de fato, pode ajudar a compreender a vitória do neoliberalismo na eleição, no caso de regimes democráticos, conta com duas características marcantes: [I] períodos de ditadura em muitos países, onde o papel dos Estados Unidos será fundamental para supostamente conter a ameaça do socialismo no subcontinente, que perdura enquanto discurso nos momentos de democracia para afastar a possibilidade de candidaturas que podem variar do socialismo até uma social-democracia – no mesmo sentido da estratégia de Hayek. [II] crises econômicas graves, com hiperinflação, diminuição do poder de compra, e, em casos agudos, com graves problemas sociais, como ampliação da fome, de pessoas abaixo da linha da pobreza.

O caso chileno destoa no tempo dos outros casos da América do Sul e de outros países do mundo desenvolvido, já que é a primeira experiência do neoliberalismo enquanto política oficial em um país. Admite-se que de alguma forma ideias e políticas aproximadas dos ideais neoliberais estavam presentes a vários governos em parte do mundo, mesmo que ainda de forma tímida, pela pujança de outras formas de governo. Contudo, o caso chileno é justamente a legitimação e centralidade do neoliberalismo enquanto política-econômica de um país, que no caso específico ocorreu a partir de um golpe de Estado.

O governo eleito democraticamente de Salvador Allende em 1970 entrava em seu terceiro ano, causando desde o início preocupações para o governo norte-americano²¹, inclusive com trocas de memorando entre o presidente Nixon e o assessor de segurança nacional e depois secretário de Estado Henry Kissinger, tratando o Chile era visto como ameaça. Era uma forte possibilidade de expansão de socialismos democráticos ou simplesmente governos de esquerda na América Latina, em um cenário de Guerra Fria, e de golpes militares em curso como o caso do Brasil.

²⁰ Sobre o conteúdo do quadro-síntese consultar: VIANINI (2012), CANDIOTO(2002), MONTE (2018), GOMES E SOUZA (2009), MACIEL (2011), BANDEIRA (2002), PETRY (2008).

²¹ ÁVILA (2014)aponta a trama do golpe no Chile, relacionando com os interesses dos Estados Unidos.

:

Vale dizer que a primeira experiência de neoliberalização ocorreu no Chile depois do golpe de Pinochet (...). O golpe contra o governo democraticamente eleito de Salvador Allende foi patrocinado por elites de negócios chilenas ameaçadas pela tendência de Allende para o socialismo. Foi apoiado por corporações dos Estados Unidos, pela CIA e pelo secretário de Estado Henry Kissinger. Reprimiu com violência todos os movimentos sociais e organizações de esquerda e desmontou todas as formas de organização popular (como os centros comunitários dos bairros mais pobres). (HARVEY, 2008, p. 17)

A coalização entre elite chilena, forças armadas e governo norte-americano ainda contou com o respaldo teórico dos Chicago Boys, imbuídos da teoria neoliberal, como já tratado. Além da forte repressão contra as resistências chilenas, característica marcante de uma das ditaduras mais sangrentas da América do Sul, o país sulamericano experimentou um forte processo de privatização, atingindo inclusive a previdência, e, concomitantemente, setores que o Estado blindou do processo avassalador de neoliberalização da economia, como a previdência dos militares e o principal produto de exploração do Chile, o cobre, que o governo criou uma superestatal para a exploração – a CODELCO (1976).

O quadro-síntese I ainda aponta o início do neoliberalismo na Bolívia logo após um momento de intervenção dos Estados Unidos, e, um grupo de países que introduzirá o neoliberalismo nos anos de 1989 e 1990, e, ainda em 1992 o Equador. Esses últimos países tinham além de um projeto de elite travestido de melhorias para a população, diferentes aproximações com o governo norte-americano, afinado antes e depois das eleições, e, um elemento comum, o Consenso de Washington – um receituário neoliberal com inúmeras promessas de superação da crise econômica, aprofundando a dependência dos países subdesenvolvidos dos Estados Unidos, atacando a indústria nacional de vários países, e, injetando dinheiro no país, por conseguinte, restrito a determinadas ações.

O Consenso de Washington foi um conjunto de medidas, postuladas por instituições financeiras multilaterais, como o Fundo Monetário Internacional, o Banco Mundial, e pelo Departamento de Tesouro dos Estados Unidos em novembro de 1989, na cidade de Washington. O Consenso recomendava aos países subdesenvolvidos: disciplina fiscal, reordenamento nas prioridades dos gastos públicos, reforma tributária, manutenção de taxas de câmbio competitivas, liberalização do setor financeiro e comercial, atração de investimentos diretos estrangeiros, privatização das estatais, desregulamentação econômica e proteção dos direitos de propriedade intelectual. Através destas dez regras básicas, segundo o Consenso, qualquer país subdesenvolvido poderia rapidamente se tornar competitivo na economia capitalista globalizada e se desenvolver. Essas reformas deveriam aumentar a eficiência do emprego dos recursos disponíveis, promovendo uma maior competitividade e o aumento da produção e da oferta de postos de trabalho. No contexto latino-americano, o Consenso de Washington destacou as raízes de seus problemas na estratégia de desenvolvimento adotada no período pós-guerra, baseada no modelo de industrialização via substituição de importações. O Estado era visto como sufocante, e as estatais, fortemente protegidas pelo Estado, assumiram setores que poderiam ter

sido ocupadas pelo setor privado, o que reduzia a competitividade externa e desestimulava as exportações. (VIANINI, 2012, p.20)

O governo Menem na Argentina irá entre 1990 e 1992 privatizar 38 empresas de vários setores e ainda dar em concessão 19 empresas/serviços, arrecadando um volume alto de dinheiro, interferindo no combate nos cinco primeiros da inflação, e, ainda promover reformas, com a ampliação do poder do presidente. Com a reeleição em 1995, Menem amplia o processo de privatização, contudo, sofre duros impactos justamente pelo alcance limitado de sua política, com um crescimento vertiginoso do desemprego, e, com governos estaduais usando a falta de dinheiro para pagar o funcionalismo público como justificativa para a privatização de empresas. Os anos seguintes até o final do mandato serão marcados pelo aprofundamento da crise social do país, aumento do desemprego, impacto econômico por conta da crise do México. (CASTIGLIONI, 1995; VIANINI, 2012)

O caso brasileiro, também é bastante expressivo, pois o país que se subordina ao Consenso de Washington, adotando o receituário neoliberal durante o governo de Collor em 1990 até sofrer o impeachment, o governo Itamar Franco (1993-1994) e a seguir os governos de Fernando Henrique Cardoso. Os casos de privatização também são bem emblemáticos, pelos baixos valores que as empresas estatais foram vendidas, pela escolha de empresas que interessavam ao mercado e pela resistência construída contra esses processos, que pode se estendida também aos vários casos de privatização de empresas estatais sulamericanas envoltas na política neoliberal.

Há algumas conclusões importantes, mesmo que sejam parciais:

[I] Reafirma-se a ideia de que os governos neoliberais são diversos e podem possuir combinações de elementos políticos e econômicos distintos, assim, há uma seleção de pontos teóricos do neoliberalismo. Essa seleção tem relação com as especificidades dos governos e dos países ou pode se referir a um contexto mais amplo.

[II] Especificamente tratando da competição e concorrência, pontos caros para a teoria neoliberal e vistos repetidamente no principal livro de Hayek, percebe-se que a realidade é de uma economia que já caminhava para a monopolização e oligopolização desde o século XIX, processo que se amplia nos séculos XX e XXI. A competição e concorrência justa ainda é afetada por uma série de benefícios e privilégios dados a grandes empresas de diferentes setores, como isenções de impostos ou grande redução, doação de terrenos ou redução do preço do terreno/do metro quadrado, infraestrutura anterior ou concomitante a instalação e funcionamento de um grande empreendimento – em muitos casos, em cidades desiguais, onde

há inúmeros espaços carentes de infraestrutura e obras. E nesse sentido, essas grandes empresas podem ser do ramo industrial, grandes varejistas e empreendimentos do setor de turismo, entre outros.

[III] A ideia de liberdade tomada como ponto central é extremamente relativa e de certo modo ilusória para grande parte da população – já que o que se percebe é uma liberdade de mercado, que está em muitos casos restrita a grupos privilegiados, uma liberdade alinhada com o poder de consumo, a expansão das liberdades individuais nem sempre são expandidas para a pauta social e de “costumes”. Polanyi é preciso na compreensão dos limites do liberalismo, inclusive quando se rompe com a democracia e critica o ideal de liberdade pregado, mostrando justamente os sentidos e as restrições dessa liberdade.

As classes abastadas gozam da liberdade que lhes oferece o ócio em segurança; elas estão naturalmente menos propensas a ampliar a liberdade na sociedade do que aquelas que, por falta de rendas, têm que se contentar com um mínimo de liberdade. Isto é perfeitamente visível quando surge uma compulsão no sentido de uma distribuição mais justa da renda, do lazer e da segurança. Embora as restrições se apliquem a todos, os privilegiados tendem a ressentir-se, como se elas fossem dirigidas apenas contra eles. (POLANYI, 2000, p. 295).

Baseando-se em Polanyi, Harvey complementa:

A ideia de liberdade ‘degenera assim em mera defesa do livre empreendimento’, que significa ‘a plenitude da liberdade para aqueles que não precisam de melhoria em sua renda, seu tempo livre e sua segurança, e, um mero verniz de liberdade para o povo, que pode tentar em vão usar seus direitos democráticos para proteger-se do poder dos que detêm a propriedade’. (...) a única maneira de manter essa visão utópica liberal está na força, na violência e no autoritarismo. Para Polanyi, o utopismo liberal ou neoliberal está fadado à frustração pelo autoritarismo ou mesmo pelo fascismo declarado. (HARVEY, 2008, p.46)

[IV] A relação direta com o privado é central, mesmo em alguns governos que não fizeram um grande processo de privatização, por diversos motivos. Enquanto o Estado se retrai e até mesmo precariza o serviço público e o espaço público, o privado, principalmente relacionado com grandes empresas e espaços valorizados e estratégicos ganham atenção, privilégios e investimentos públicos, como já mencionado, confrontando a própria lógica de competição exposta por Hayek.

O Estado com novas funções, onde parte é secundarizar determinados setores públicos, continua sendo fundamental para o domínio de grandes empresas, colaborando para o afunilamento de empresas dominantes em determinados mercados. Dardot e Laval (2016) fazem um exame bastante preciso da permanente importância do Estado, em um cenário de neoliberalismo: “o mercado moderno não atua sozinho: ele foi sempre amparado pelo Estado.” (ibidem, p.19), assim, o mercado moderno não poderia funcionar sem uma série de dispositivos

do Estado. Há uma reestruturação do Estado feita a partir de duas maneiras: a de fora, no que se refere às privatizações maciças de empresas públicas, afetando o “Estado produtor”, mas também de dentro, a partir de um Estado avaliador e regulador “que mobiliza novos instrumentos de poder e novas relações entre governo e os sujeitos sociais”(ibidem, p. 273), curvando-se “às novas condições que contribuiu para instaurar.” (ibidem, 282)

[V] O discurso neoliberal presente na teoria e nos discursos oficiais do governo invadem a sociedade, ao ponto de Dardot e Laval (2016) tratarem de racionalidade neoliberal, uma nova forma de pensar para uma nova sociedade, onde ideais de competição, de individualismo, de empreendedorismo, de coaching, de meritocracia, de liberdade, amontoadas e superficiais se tornam novas fontes de inspiração.

O novo sujeito é o homem da competição e do desempenho. O empreendedor de si é um ser feito para ‘ganhar’, ser ‘bem-sucedido’. O esporte de competição, mais ainda que as figuras idealizadas dos dirigentes de empresa, continua a ser o grande teatro social que revela os deuses, os semideuses e os heróis modernos. (DARDOT, LAVAL, 2016, p. 353)

Na racionalidade neoliberal, o sucesso e o fracasso no mundo dos negócios se tornam consequências de atos individuais, as metas se tornam objetivos centrais, do empreendedor em diversas fases de crescimento no mercado até o vendedor de uma rede varejista. As relações sociais passam a ser cada vez mais mercantilizadas, dessa forma, o neoliberalismo está presente na escala do sujeito, constituindo um sujeito e uma sociedade neoliberal, explícito quando os autores tratam sobre a fábrica do sujeito neoliberal. “O homem neoliberal é o homem competitivo, inteiramente imerso na competição mundial.” (ibidem, p. 323) Posteriormente, os autores irão aprofundar as características gerais desse “novo homem”:

Especialista em si mesmo, empregador de si mesmo, inventor de si mesmo, empreendedor de si mesmo: a racionalidade neoliberal impede o eu a agir sobre si mesmo para fortalecer-se e, assim, sobreviver na competição. Todas as suas atividades devem assemelhar-se a uma produção, a um investimento, a um cálculo de custos. A economia torna-se uma disciplina pessoal.(ibidem, 331)

A racionalidade neoliberal invade a sociedade, em muitos países independentemente da linha política do governo. Esse contexto sinalizado (década de 1970 – 1990) é justamente um contexto de enfraquecimento do socialismo real, do fim da URSS, e, sobretudo a abertura de um campo para o avanço do capitalismo. Nesse sentido, reforça-se que o combate do neoliberalismo desde seu movimento inicial na década de 1940 não era apenas contra o socialismo, mas toda a forma de Estado com grande intervenção, o que inclui o Estado de bem-estar social. A audácia do projeto neoliberal prevê a dupla derrocada (socialismo e

keynesianismo), pretende um capitalismo com a lógica de mercado ao extremo, mesmo com as variações e adaptações, e, finalmente, que o programa neoliberal seja extenso e alcance a sociedade a partir de diversos conceitos e formas de pensar. Harvey (2011) sintetiza muito bem esse ponto:

As figuras fundadoras do pensamento neoliberal consideravam fundamentais os ideais políticos da dignidade humana e da liberdade individual, tomando-os como "os valores centrais da civilização". Assim agindo, fizeram uma sábia escolha, porque esses certamente são ideais bem convincentes e sedutores. Esses valores, sustentavam essas figuras, estavam ameaçados não somente pelo fascismo, pelas ditaduras e pelo comunismo, mas também por todas as formas de intervenção do Estado que substituíssem os julgamentos de indivíduos dotados de livre escolha por juízos coletivos. (HARVEY, 2011, p. 15)

2.5 Neoliberalismo e turismo.

Relacionar a discussão da emergência do neoliberalismo, pontuando aspectos teóricos, suas implicações nos países a partir de políticas-econômicas e as suas racionalidades é crucial para compreender as transformações do turismo a partir desse novo contexto. O amadurecimento do turismo na segunda metade do século XX ganhará um impulso significativo no contexto neoliberal, com o fato de que o turismo internacional cresce em um ritmo nunca visto entre as décadas de 1970 e 1990, alcançando quase meio milhão em fluxo de turistas estrangeiros no início da década de 1990.

Contudo, em que pontos o neoliberalismo pode ter colaborado com o avanço do turismo?

[I] A intensificação de políticas de atração de grandes empreendimentos e parcerias público-privadas, onde em muitos casos os empreendimentos são beneficiados com isenção ou redução dos impostos, doação de terrenos ou redução do valor do metro quadrado, urbanização de áreas inóspitas ou distantes do centro urbano por conta do empreendimento, inclusive infraestrutura de acesso, entre outros pontos. Trata-se de rede hoteleira, resorts, condomínios, loteamentos e outras denominações de empreendimentos com função de acomodação e lazer de alto valor.

Uma característica determinante dos megaprojetos considerados nesta análise é a atuação do setor público como empreendedor. (...) definindo e loteando as áreas a serem urbanizadas para fins turísticos, negociando os respectivos lotes, e financiando, por vezes com recursos próprios, outras vezes com recursos federais, os empreendimentos a serem implantados. (CRUZ, 1999, p. 92)

O Estado empreendedor significa se tornar um facilitador para o mercado, que atende as necessidades e desejos dos grandes empresários, que sacrifica o público em nome do privado. O Estado usaria do seu poder de regulação do espaço para fazer ajustes para favorecer grupos

específicos, em cidades turísticas, isso pode significar desde remoções estratégicas até doação de terrenos para empreendimentos.

[II] Amalgamado ao processo de políticas de atração está o processo de privatização dos espaços, alimentado na ótica neoliberal, que é fundamental para o turismo de lógica de mercado. Assim, muitos espaços públicos em cidades turísticas são cedidos para empreendimentos privados ou até mesmo se tornam espaços elitizados, com a função turística. E, um ponto nevrálgico, os elementos do meio ambiente quando apresentam valor turístico também são mercantilizados, assim, as orlas de praia, espaços próximos a áreas verdes, a dunas, a rios, lagos, espaços em serras, montanhas, entre outros, são dominados pela rede hoteleira, por condôminos residenciais de segunda residência

[III] A criação da necessidade do lazer é impregnada de valores que o neoliberalismo alimenta, como a individualidade, a liberdade, o status e o consumo enquanto símbolo de poder. As viagens e os registros de viagem passam a ser cada vez mais frequentes para simbolizar o poder de um indivíduo ou de pequenos grupos, logo, viajar significa sucesso, liberdade e riqueza, com maior possibilidade pelo contexto de ampla expansão de rodovias, da compra de automóveis e do crescimento de voos e aeroportos.

O turismo já apresenta um histórico de elitização. Mesmo alcançando novos grupos na segunda metade do século XX, a atividade se consolida com uma possibilidade para muitos, com experiências distintas. O turismo de proximidade pode ser uma realidade para grupos de classe média e até mesmo baixa, a partir de excursões, de aluguel de casas de veraneio a um preço baixo para dezenas de pessoas, da estada em albergues, ao mesmo tempo significar a estada em um resort de luxo, de um hotel 5 estrelas, da compra de uma casa de praia ou um chalé na montanha, para uma minoria. A cidade turística assim pode apresentar diferentes experiências no espaço a partir do poder de consumo.

[IV] O impulso da cidade-mercadoria, assim, o mercado de cidades turísticas cresce de forma abundante na segunda metade do século XX, principalmente nas últimas décadas. Criam-se imagens de diversas cidades turísticas, a partir da seleção de imagens que seriam mais atrativas para a venda. Os circuitos turísticos passam a se fortalecer ainda mais e gradativamente passam a representar a cidade nesse novo ambiente de competição. No Brasil temos as revistas sobre o turismo, os jornais de grande circulação, a televisão e o rádio comoveículos centrais na propagação do consumo de cidades turísticas, da necessidade do lazer e da divulgação das cidades.

Outro ponto é que as cidades passam por transformações cada vez mais radicais no seu espaço. Infraestrutura para garantir o acesso, a permanência e a qualidade da permanência do turista, o investimento maciço em áreas de valor turístico, reforço e criação de atrativos turísticos, para competir no mercado de cidades turísticas. O que se percebe é que em muitos casos cidades vizinhas entram em disputa para atrair mais turistas, e, a atmosfera de competição pode coibir políticas conjuntas, formação de eixos e regiões, pelo entendimento equivocado de que o crescimento do turismo deve ser apenas local e em uma lógica individualista e de concorrência.

Segundo Rita Cruz:

A transformação do espaço em produto turístico requer uma crescente racionalidade em função da competitividade entre "produtos turísticos" que se dá, hoje, em escala global. Essas racionalidade e competitividade, que afetam a organização de todos os setores produtivos como forma de adequação e sobrevivência a um mercado globalizado, fazem do planejamento territorial uma condição do sucesso de planos e políticas setoriais. (CRUZ, 1999, p. 22)

[V] O empreendedorismo como uma forma alternativa de trabalho nas cidades turísticas, assim se multiplica os empreendedores individuais nesse modelo de cidade, oferecendo uma série de serviços. Em cidades turísticas com a dominância do segmento sol e praia, pelo menos no Brasil, é comum ver praias amontoadas de ambulantes, muitas vezes vendendo seus produtos, em outros casos produtos de empresas – como açaí, pizza, bebidas, sorvetes, boias, itens de moda praia, etc. A consequência direta em muitos casos é um trabalho árduo, por longas jornadas, sob condições insalubres, com baixa remuneração e poucos ou nenhum direito.

(...) Uma massa de ‘empreendedores’, uma mescla de burguês-de-si-próprio e proletário-de-si-mesmo. (...) submetidos a essas modalidades de trabalho, com contratos ‘zerados’, ‘uberizados’, ‘pejotizados’, ‘intermitentes’, ‘flexíveis’, os trabalhadores ainda são obrigados a cumprir ‘metas’, impostas frequentemente por práticas de assédio capazes de gerar adoecimentos, depressões e suicídios. (ANTUNES, 2018, p. 34-35)

O avanço do neoliberalismo a partir da década de 1970 é tão representativo no mundo, e, especificamente tratando da América, que é fundamental alinhar as atividades econômicas como o turismo, que se encontrava em grande expansão nesse contexto, e, o cenário político, que estimula uma série de pontos já tratados, que impactam diretamente na economia do turismo.

2.6 O avanço do turismo na cidade de Cabo Frio.

O período de 1950 até 1990 reserva também uma série de transformações para a cidade de Cabo Frio. Há um novo cenário econômico, que envolve principalmente a indústria do sal e

a economia do turismo; importantes investimentos em infraestrutura; crescimento da população temporária; exposição da cidade de Cabo Frio a nível nacional e internacional; e, uma série de possibilidades para a produção do espaço turístico, para a acumulação e reprodução do capital.

O processo de ativação-desativação-reativação de salinas acontece por décadas na cidade de Cabo Frio, porém, o avanço do turismo criou um obstáculo bastante decisivo, pois muitas salinas desativadas começaram a ser compradas e se tornaram loteamentos, assim, a reativação se torna impossível. Muitas salinas desativadas apresentam um valor baixo em um espaço já utilizado, ou seja, não há muitos impeditivos para construções, conseqüentemente, a economia do sal e economia do turismo passam a disputar espaços na cidade de Cabo Frio. Há uma sobrevida para o sal com a abertura da Companhia Nacional Álcalis, localizada em Arraial do Cabo nesse momento distrito de Cabo Frio, na década de 1940, que irá utilizar o sal, em um primeiro momento, de toda a Região dos Lagos, mas que futuramente sofreria novo abalo por conta da predileção do sal do Rio Grande do Norte.

O fluxo de turistas na cidade de Cabo Frio continua crescente, o processo de urbanização e de investimento em infraestrutura, continua lento, conseguindo atingir ainda mais o centro da cidade e outras áreas na década de 1950, contudo ainda não atinge de forma incisiva a Praia do Forte, “ainda bonita e deserta”, como mencionamos na célebre frase de Lamego. Concomitantemente, o turismo na cidade do Rio de Janeiro, segue se desenvolvendo em um ritmo acelerado: Copacabana cresce de forma exponencial nas décadas de 1940-50, consolidando uma imponente orla da praia repleta de grandes prédios, junto com a chamada CIL – Copacabana, Ipanema e Leme (passando também a incorporar o Leblon) (ODONNELL, 2013), além de outros bairros que também exploram a praia como Flamengo, Botafogo.

Tal processo se liga, entre outras coisas, ao notável incremento populacional de Copacabana ao longo de todo o século, cujos primeiros sintomas foram analisados no Capítulo 6. Entre 1940 e 1950, o bairro experimentou um crescimento demográfico de impressionantes 74%, passando de 74.133 habitantes para 129.249. Mais que o aumento no número de moradores, esse *boom* populacional trouxe mudanças substantivas à paisagem, o que se fez notar, entre outras coisas, na multiplicação e especialização do comércio local. Era nesse sentido que o escritor e boêmio Luís Martins, escrevendo na década de 1940, decretava que “as noites de Copacabana eram o tempo presente – e as da Lapa já passado”. O bairro praiano despontava então como o maior centro noturno da vida carioca, deslocando o eixo da boemia literária “da sombra dos velhos arcos para a orla oceânica”. A consolidação da Zona Sul praiana como polo de atração de moradores e visitantes se fez acompanhar também de uma não menos drástica mudança nos sistemas de acesso que a ligavam ao restante da cidade. São dos anos 1940, por exemplo, a duplicação do Túnel Novo e a implantação de linhas de ônibus de Copacabana para a Zona Norte e os subúrbios, o que colaborou sobremaneira para o aumento da população flutuante. Anunciada como uma verdadeira “cidade-bairro”, Copacabana deixava de ter na distância um entrave à sua ocupação. Invertia-se o mapa comercial, simbólico e turístico da cidade, e a zona atlântica passava, sem cerimônia, ao centro da cartografia carioca. (ODONNELL, 2013, p. 225)

O sucesso do projeto de Copacabana e de outros bairros para o mercado imobiliário e de construção, carregando os mesmos ideários de progresso, inovação, desenvolvimento atrelados à praia, ao mar e ao turismo, contribui para a expansão ainda mais desse modelo. E, se na primeira metade do século XX a cidade de Cabo Frio e grande parte da região já aparece como uma possibilidade nova de investimento, nesse novo contexto, essa possibilidade surge como uma expansão de negócios e uma oferta de crescimento para essas frações do capital. Estender ainda mais a economia do turismo, a urbanização turística, o boom das construções e de projetos imobiliários passa a ser um desdobramento de um primeiro momento de investimentos tímidos. Para isso acontecer depende também de uma condição política e de investimentos básicos em infraestrutura historicamente carentes na cidade do interior fluminense, o que gradativamente irá ocorrer. As lideranças políticas são modificadas na cidade de Cabo Frio na segunda metade do século XX, de prefeitos e vereadores vinculados majoritariamente à indústria do sal, para políticos sem esse vínculo direto ou com vínculos com o turismo, com a construção civil e com empreendimentos imobiliários, ou pelo menos entusiastas de uma mudança da economia do sal para a economia do turismo (como aponta BAPTISTA, 2007).

Na década de 1950 é construído um grande loteamento na cidade de Cabo Frio, a OGIVA, a poucos quilômetros do centro da cidade e do outro lado da lagoa. A OGIVA se tornou um bairro de Cabo Frio, seu nome na verdade é uma sigla – “Organização Geral Imobiliária Várzea Alegre” com origem no Rio de Janeiro. Assim, o loteamento inicia uma tendência de busca ainda maior de terrenos na cidade, acelerando a disputa com a atividade salineira, e marca o início de grandes empreendimentos imobiliário da cidade.

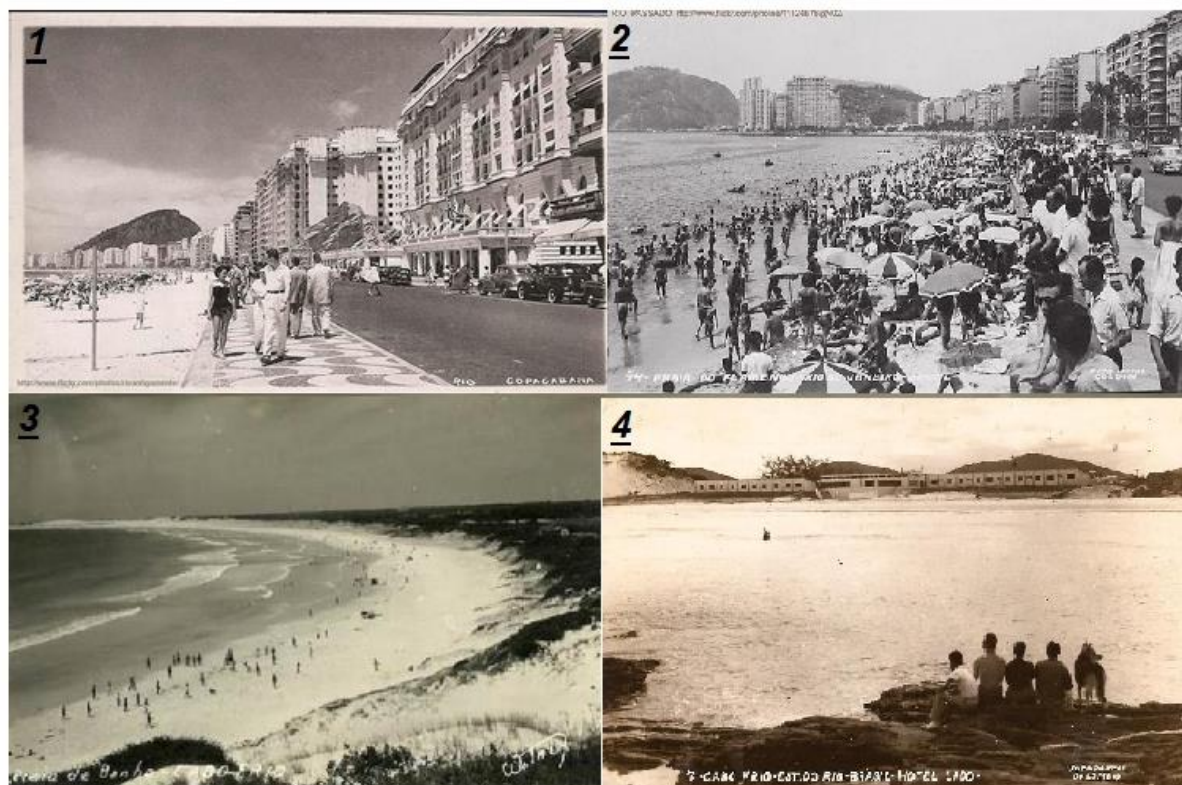
A OGIVA se consolida como um refúgio para grandes personalidades como a atriz Tônia Carrero, Ivan Pitanguí (irmão do cirurgião Ivo Pitanguí) e a Miss Brasil Marta Rocha, empresários, políticos de expressão nacional, principalmente oriundos da cidade do Rio de Janeiro. Esse loteamento reafirma a expansão da capital e do capital, para atender majoritariamente a necessidade de consumo de uma segunda moradia em uma cidade do interior fluminense, tendo a praia, a lagoa, a tranquilidade e atmosfera de bucolismo de um espaço reservado da cidade de Cabo Frio. Há uma transformação do espaço que se torna a OGIVA, que nitidamente não estava no mesmo patamar de ocupação, urbanização e infraestrutura do centro da cidade, e, que devido a esse projeto deveria obrigatoriamente ganhar nova infraestrutura.

O crescimento do turismo de sol e praia na cidade de Cabo Frio ocorre concomitante ao crescimento do turismo residencial/residências secundárias. Um ponto importante é que a OGIVA é uma referência de glamour na Região dos Lagos, antes de Búzios (distrito de Cabo Frio nesse momento) ter expressão nacional e internacional, principalmente com a visita da francesa Brigitte Bardot na década de 1960. (CHRISTÓVÃO, 2011; BERANGER, 2003; MARTINEZ, 2010; RAMÃO, 2015). Reforça-se:

O bairro OGIVA já representa o processo do meio ambiente como mercadoria, em uma grande área, relativamente próxima à lagoa e ao centro da cidade, ao mesmo tempo reservada para o grupo que a ocupa. Se Cabo Frio já consistia em um espaço totalmente distinto em relação à cidade do Rio de Janeiro, nos aspectos de urbanização e população, o bairro da Ogiva significava um espaço da cidade do interior com pouca incidência do processo de urbanização e uma reduzida ocupação, em comparação ao centro da cidade. É nesse sentido que a mercantilização do meio ambiente assume não só os aspectos de venda dos elementos, como o sol, a lagoa, o espaço verde, mas a valorização de todo o sentido de espaços similares ao bairro Ogiva, como a tranquilidade, a atmosfera de bucolismo, e, de um ritmo de vida lento, bastante distinto do ritmo frenético da metrópole, já que a própria ideia de um “lugar tranquilo” é assimilada no senso comum com um espaço com poucas pessoas. (RAMÃO, 2015. p. 98)

Mesmo com o loteamento OGIVA, as distâncias eram abissais entre o turismo em Cabo Frio, ainda limitado, com pouca infraestrutura, com uma urbanização que se concentrava no canal e não se estendia de forma pujante até a praia, em relação à cidade do Rio de Janeiro, com uma infraestrutura mais consolidada, com orlas de importantes praias ocupadas, com um processo de verticalização latente, e, uma disputa pelos espaços de valorização principalmente do turismo de sol e praia e do turismo residencial, nesse caso combinados.

Figura 18 TURISMO: RIO DE JANEIRO X CABO FRIO NA DÉCADA DE 1950



Legenda: 1.Copacabana (RJ), 2- Flamengo (RJ), 3 e 4 Praia do Forte em Cabo Frio. Fonte: RAMÃO, 2015, p. 100.

Alves aponta a partir desse exato contexto de década de 1950:

Na Praia do Forte, onde está localizado o Forte São Matheus, há o desmonte de dunas para a construção de hotéis e clubes na faixa de areia, enquanto na cidade se inicia um processo de verticalização nas imediações dos remanescentes do Convento de Nossa Senhora dos Anjos e a ampliação das construções irregulares nos fundos do Convento, ao sopé do Morro da Guia. (ALVES, 2011, p. 156)

Acerca das diferenças entre o Rio de Janeiro turístico e a Cabo Frio turística podemos concluir que as diferenças são abissais, contudo a possibilidade de expansão dos negócios por conta das belezas naturais, da infraestrutura crescente, de crises da atividade salineira e de mudanças políticas aproxima as cidades. Na foto 4 é preciso fazer um destaque para a construção ao fundo que é o Hotel Lido, que é uma tentativa de modernização da rede hoteleira da cidade com um hotel de frente para o mar, porém, o hotel será desativado anos mais tarde, tornando-se um bar, outra tentativa será o hotel Acapulco, cerca de 3 km do hotel Lido em direção ao distrito de Arraial do Cabo, que será erguido de frente a praia e posteriormente desativado, que são os hotéis apontados por Alves (2011).

Até a década de 1950, o protagonismo urbano ainda era dado pelo canal do Itajuru, sendo o momento em que a área a beira-mar passa a ser vista como um lugar salubre para o desenvolvimento de atividades turísticas. Em 1952, o prefeito Aracy Machado (1951-1954) inaugurou o primeiro trecho de calçamento da rua da praia. (MOREIRA; MOURA, 2020, p. 131)

O interesse por Cabo Frio passa a não ser apenas de projetos imobiliários, mas também de clubes náuticos, que servem para passeios, para pesca submarina, para esportes, e, também para o descanso e o lazer. MOREIRA e MOURA (2020) sintetizam esse contexto da década de 1950:

Seria nos anos de 1950, quando o turismo dava os primeiros passos, que a cidade começou a ganhar alguns bairros, onde a presença de turistas era mais intensa, como Ogiva e Portinho, locais distantes do centro, em que havia salinas e casas de pescadores. Assim, algumas daquelas residências eram restauradas e ampliadas, outras eram simplesmente derrubadas e se erguiam novas moradias. (...) Em 1955 seria construída uma usina de luz pelo estado, inaugurada pelo governador Miguel Couto Filho (1955 – 1958). Apesar das mudanças por conta do turismo, pesquisas mostram que em 1957, Cabo Frio continuava a ser uma velha cidade, sem belos edifícios e com casas modestas. (MOREIRA; MOURA, 2020, p. 131-132)

São novos empreendimentos para a cidade nesse período:

Essa mesma elite também fundava clubes luxuosos na cidade, muitas vezes sedes de clubes do Rio de Janeiro, como o ICRJ - Iate Clube do Rio de Janeiro. A pesca submarina, a pesca oceânica, a vela, entre outras atividades na lagoa e no mar, atraíam cada vez mais grupos de elite, colocando a cidade na rota da pesca oceânica a partir de 1955. Em 1958 foi criado o Clube do Canal, em 1960 o Clube Náutico de Cabo Frio, localizado na Ogiva e entre 1964-68 foi fundado e inaugura o Costa Azul Iate Clube (CHRISTÓVÃO, 2011; MELO, 2011). Pode-se considerar este um marco do novo vetor de ocupação, caracterizado não somente pela construção de clubes, mas de loteamentos e residências de veraneio, tanto nas proximidades do canal quanto na praia do Forte, até então local não valorizado ou frequentado, possuindo pouquíssimas edificações (MELO, 2011, p. 9). (RAMÃO, 2015, p.99)

Reforça-se: os clubes náuticos serão extensões do Rio de Janeiro, desde a abertura de filiais de clubes com sede no Rio de Janeiro, ou o exemplo do Costa Azul que é um projeto desenvolvido para prioritariamente a elite carioca, contando inclusive com alojamentos para a estada dos sócios; e, há uma necessidade de transformações do espaço para se adequar nesse momento a necessidade de empreendimentos, seja a OGIVA, o hotel Lido, Acapulco ou os clubes náuticos. Ainda não podemos tratar como um grande projeto de reestruturação do espaço ou de formação do circuito turístico, por conseguinte, já podemos caracterizar como intervenções direcionadas do governo local, para viabilizar o espaço urbano para os novos empreendimentos turísticos ou de segunda moradia que também exploram os elementos turísticos; uma urbanização para o turismo ou uma infraestrutura que atende o acesso, a permanência e a qualidade da permanência do turista ou do morador temporário. (CRUZ, 1999; GEORGE, 1973)

Figura 19 A CONSTRUÇÃO DO CLUBE COSTA AZUL



Fonte:

RAMÃO, 2015, p. 102

A localização do Clube Costa Azul é extremamente privilegiada, pois fica na outra margem da lagoa, após a ponte Feliciano Sodré, e nas proximidades do centro da cidade. E as obras do clube irão impactar diretamente na lagoa, com um grande aterro encurtando esse trecho da lagoa que segue a caminho do mar da praia do Forte, chamado de Canal do Itajuru.

O clube é mais um reflexo da transformação do meio ambiente em mercadoria na cidade de Cabo Frio, acontecendo a partir da construção de um espaço para o lazer da elite, principalmente carioca, no que tange a prática de esportes e o descanso, já que o clube passou a atender famílias associadas oferecendo quartos, espaços de recreação para crianças, salão de eventos, etc. As imagens denunciavam outra visão de meio ambiente, a ideia do meio ambiente como um obstáculo para o crescimento econômico e para o processo de urbanização, já que uma grande área foi aterrada para a construção do clube, estreitando ainda mais o canal do Itajuru, e, gerando uma série de impactos. O clube se localiza em um bairro historicamente ocupado por pescadores, e, privatiza uma grande área, restringindo o acesso a apenas os sócios do clube. O azul do Costa Azul passa a ser da elite externa à cidade, que usará a lagoa para mergulho, para passeios e recreação, para a pesca esportiva, e, a margem para ancorar iates, lanchas e barcos de grande poder aquisitivo, enquanto o morador da Gamboa, pescador, com baixa renda, que se utiliza da lagoa para a sua sobrevivência, deverá ancorar seus barcos precários em outras partes da lagoa, já que o direito ao acesso a lagoa em parte foi tomado pelo Clube Costa Azul. (RAMÃO, 2015, p. 102)

O clube Costa Azul demonstra assim mais uma disputa por espaços na cidade de Cabo Frio, a economia do turismo, contando com os empreendimentos imobiliários e clubes náuticos nesse momento, e, que irá contar posteriormente com condomínios, prédios e outros empreendimentos, com a pesca artesanal. O desejo de ocupação das proximidades da lagoa e

do mar impõe uma restrição e privatização desses espaços, diminuindo os acessos dos pescadores artesanais à lagoa e ao mar.

2.6.1 Armação dos Búzios: Turismo no distrito de Cabo Frio.

O caso de Armação dos Búzios, nesse momento distrito de Cabo Frio, é bastante interessante e complexo. O distrito passa a ser reconhecido internacionalmente com a visita da atriz francesa Brigitte Bardot, em 1964 (mesmo ano do início das obras no Clube Costa Azul), apresentava poucos casarões, parte de segunda residência, com casos de moradores temporários do Rio de Janeiro. Mesmo com esses casos, em 1964 o distrito ainda era carente de infraestrutura básica, com poucos moradores e totalmente subordinado ao primeiro distrito.

Despojada das paisagens que as outras praias de Cabo Frio oferecem, Búzios é uma velha colônia de pescadores com algumas casas separadas por uma rua poeirenta e mal iluminada. Dois botequins são o ponto de reunião da comunidade. Apresenta apenas a tranquilidade e a beleza primitiva da vida de seus personagens, os caiçaras, pescadores que se põem ao mar com o nascer do sol e voltam ao entardecer. (JORNAL DO BRASIL, 1964 apud CHRISTÓVÃO, 2011, p. 100)

Com toda a repercussão da visita da atriz francesa, o então prefeito de Cabo Frio doa um grande terreno no distrito de Armação dos Búzios e o título de cidadã cabofriense:

DOAÇÃO

Niterói (Sucursal) – Um terreno avaliado em Cr\$ 2 milhões, na Praia da Armação dos Búzios, foi doado, ontem a Brigitte Bardot, pelo Prefeito de Cabo Frio, Sr. Antônio de Macedo Castro. O terreno, com 20X40 metros, foi escolhido por Brigitte, na sexta-feira pela manhã, quando a artista percorreu toda a extensão da Praia de Armação de Búzios em companhia do Prefeito e de Bob Zaguri.

CASA LUXUOSA

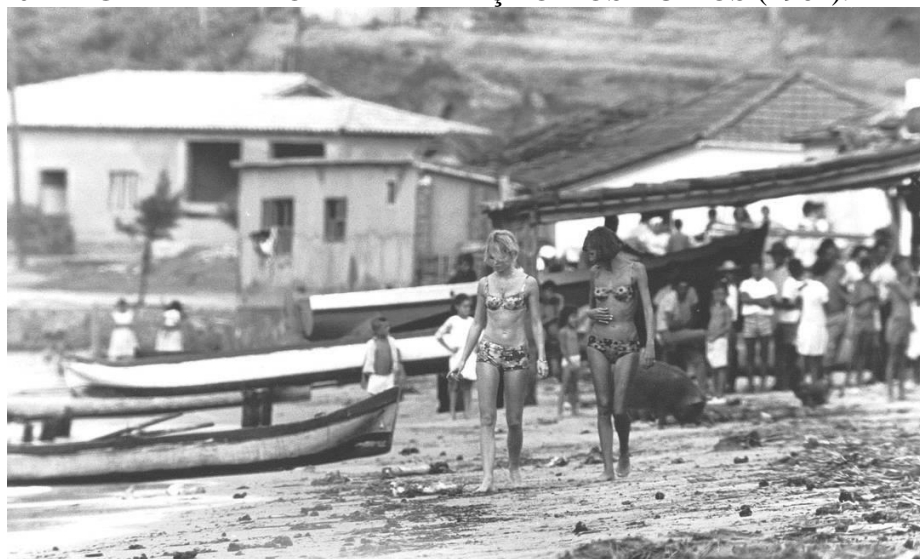
Brigitte demonstrando satisfação pelo presente, disse que o Prefeito foi ‘um bom Papai Noel’ e que ela vai começar, imediatamente, a construir uma luxuosa casa de praia, pois era sua ideia comprar uma residência em Cabo Frio. O título de Cidadã de Cabo Frio, concedido pela Câmara Municipal, só será entregue à artista na próxima semana, pois Brigitte se diz muito assediada pelos repórteres e curiosos que não a deixam tomar banho de mar sossegada. (JORNAL DO BRASIL, 1964 apud CHRISTÓVÃO, 2011, p. 100)

Em 2014, 50 anos depois da visita da atriz francesa, o jornal O Globo faz uma reportagem recordando a passagem de Brigitte Bardot em Armação dos Búzios, toda a repercussão da estada da no distrito de Cabo Frio, e, posteriormente, da construção da orla principal do distrito que se torna cidade em 1995, que recebe o nome de orla Bardot.

(...) A passagem da grande estrela do cinema mundial daquele período por Búzios mudou completamente a vida no balneário. Subitamente, a pacata e desconhecida vila de pescadores, que era o terceiro distrito de Cabo Frio, passou a ilustrar as capas de jornais e revistas de todo o mundo. Em seu cinquentenário, a história desse verdadeiro

caso de amor entre a princesa e o “plebeu” será contada no documentário “A Búzios de Bardot”. O filme será lançado na cidade durante uma exposição de fotografias, revistas e jornais da época, que ficará de 15 de março até 1º de abril, na sede da Secretaria de Turismo, no pórtico de entrada de Búzios, na Avenida José Bento Ribeiro Dantas. - Se não fosse a Brigitte, Búzios não teria recebido tantos estrangeiros, que vieram morar aqui e acabaram contribuindo para o desenvolvimento econômico e a cultura e arquitetura locais. Búzios é hoje o quinto destino mais procurado por turistas no Brasil, e ela tem grande responsabilidade nisso - reconhece o prefeito. (O GLOBO²², 2014)

Figura 20 BRIGITTE BARDOT EM ARMAÇÃO DOS BÚZIOS (1964).



Fonte: <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/especiais-bairros/ha-50-anos-brigitte-bardot-revelava-buzios-para-mundo-11535844>

Um ponto importante a ser ressaltado é que mesmo com essa grande exposição, a prefeitura de Cabo Frio fará investimentos restritos no distrito, a Rua das Pedras é construída na década de 1970, porém a orla completa, que é o principal ponto turístico da cidade, junto à estátua de Brigitte Bardot, só será inaugurada em 1999, quando Armação dos Búzios já era uma cidade emancipada. Ou seja, mesmo com um distrito com grande exposição e potência para a atividade do turismo, os sucessivos governos de Cabo Frio, não investirão de forma significativa no distrito.

Armação dos Búzios enquanto cidade turística é mais um exemplo de uma cidade construída na junção meio ambiente e infraestrutura, um paraíso no interior do estado, com belas praias e paisagens, um balneário charmoso, com tranquilidade, que serve ao descanso e lazer, e, a cidade por onde passou Brigitte Bardot. Esse é basicamente o conteúdo da propaganda buziana para o turismo que ganha projeção a partir de uma maior intervenção do poder público,

²² Fonte: <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/especiais-bairros/ha-50-anos-brigitte-bardot-revelava-buzios-para-mundo-11535844>

decisivamente com a emancipação, pois até esse momento, o distrito ficava submisso aos interesses e às políticas de Cabo Frio. A cidade também passou a ser conhecida pelo grande fluxo de argentinos, que também é um processo histórico e gradativo, chegando a ser uma das cidades que mais recebe turistas estrangeiros do país, tendo além da presença marcante dos argentinos²³ um forte grupo de chilenos. O fluxo de argentinos é marcante principalmente a partir da década de 1970, na chamada invasão argentina no fim dos anos 70²⁴, porém é um fluxo que já existia anteriormente. A própria Brigitte Bardot fica hospedada na casa de um argentino em 1964, na rua das pedras, ainda não calçada. Atualmente são cerca de 2 mil argentinos na cidade de Armação dos Búzios que tem cerca de 30 mil pessoas.

Contudo, a euforia da visita de uma atriz de repercussão internacional e o grande fluxo de argentino, ofuscam o interesse do Rio de Janeiro no distrito de Cabo Frio nesse mesmo contexto. Um exemplo marcante é em 1968 quando a empresária do Rio de Janeiro, Renata Dechamps, compra o armazém de Secos e Molhados de Antônio Alípio da Silva para transformar em uma grande casa de veraneio, próximo a atual Rua das Pedras, ainda sem calçamento, e, com poucas casas majoritariamente de pescadores. A casa de Dechamps passa a ser um ponto de estada para seus amigos do Rio de Janeiro e para personalidade como o cantor Mike Jagger²⁵. Na década de 1970, o empresário César Thedim, que será um personagem importante também no primeiro distrito na mesma década de 1970, fará o projeto e o calçamento da Rua das Pedras de Armação dos Búzios.

2.7 Ensaios da produção do circuito turístico de Cabo Frio.

O processo de produção do circuito turístico irá depender de inúmeros fatores, obviamente perpassando pelo Estado, por grandes empreendimentos e setor de serviços vinculados diretamente ao turismo, por disputas pelos espaços e por conflitos, pela construção de infraestrutura, entre outros fatores, da dinâmica urbana, econômica, cultural, ambiental e

²³ Os argentinos se consolidaram também enquanto moradores, proprietários de estabelecimentos, com destaque para bares e restaurantes.

²⁴ A invasão argentina e a relação entre Argentina e Armação dos Búzios são tratadas na matéria 'Búzios es de Argentina!', onde se questiona onde fica a melhor praia da Argentina, e, logo se responde, em "Búzios". Fonte: <https://olaargentina.com/buzios-es-de-argentina/>

²⁵ Consultar para mais informações: <https://buziosdigital.com.br/a-rua-das-pedras-e-sua-historia/>

social. No turismo de sol e praia e no turismo residencial que explora também o sol e praia o marco ambiental é fundamental.

A praia passa a ser em muitos casos a referência central do processo de produção do circuito turístico nas cidades litorâneas brasileiras, tanto em processos de urbanização que parte de espaços próximos à praia, como descrito por CRUZ (1999), quando grandes empreendimentos são atraídos por uma série de políticas e pelo atrativo ambiental, instalam-se quase concomitantemente a produção de uma rede de infraestrutura, acelerando o processo de urbanização, podendo estar articulado diretamente com centros urbano. É o que justamente Pereira (2014) irá tratar como o processo de urbanização indo à praia, citando alguns exemplos brasileiros de referência, como Copacabana e aprofundando-se no caso de Fortaleza, mas de fato, apresentando um processo presente em várias cidades litorâneas brasileiras.

O'DONELL (2013) trata do esforço de interligar Copacabana ao centro do Rio de Janeiro, com a construção de túneis e vias de acesso, para posteriormente produzir uma série de transformações espaciais em grande parte da zona sul carioca. A autora está fixada em compreender o surgimento e crescimento de Copacabana enquanto um novo bairro de elite, sobretudo uma elite vinculada a praia, ao mar, ao lazer. Sem aprofundar na questão do turismo, a autora nos leva a uma importante reflexão: cria-se uma necessidade de alongar a urbanização do centro do Rio de Janeiro para chegar até a praia, expandindo a fronteira da incipiente cidade turística e mais do que isso, constituindo um novo ponto de referência, que é Copacabana, fixado nos novos valores mencionados.

Rita Cruz (1999) apontou como o Rio Grande do Norte criou um planejamento para atrair grandes empresas internacionais do ramo da hoteleira para ocupar as proximidades de uma grande área de praia e dunas. Incentivos fiscais diversos, rebaixamento do preço do solo e a possibilidade de explorar um espaço basicamente sem ocupação e de grande valor turístico e financeiro. Esse ordenamento territorial a partir do turismo foi fundamental para a ocupação seletiva desse espaço e de fato precisa de um grande esforço político para conseguir êxito, pois precisa até mesmo de ajustes no plano diretor. Consequentemente, há uma formação do circuito turístico de Natal, que se fortalece a partir de Ponta Negra, tendo a praia como referência, mas que tem a possibilidade de se estender a partir desses novos investimentos sentido no Parque Estadual das Dunas.

Na cidade de Cabo Frio, a partir das inúmeras experiências negativas de excursionistas e turistas nas primeiras décadas do século XX, a identificação da necessidade de infraestrutura para espaço de grande potencialidade turística, o governo do Estado cria o Plano Amaral

Peixoto, atingindo toda a Região dos Lagos, considerando o papel de centro-regional de Cabo Frio. A experiência turística da capital Rio de Janeiro é com certeza uma grande referência de crescimento da economia do turismo, de ocupação recente das orlas de algumas praias, da relação turismo e infraestrutura.

Em 1943, por incentivo do Governo da Guanabara, é realizado o Plano Diretor Amaral Peixoto para Cidades Fluminenses com o intuito de impulsionar o turismo nas cidades fluminenses litorâneas através da criação de planos diretores para alguns municípios, dentre eles, Cabo Frio. (ALVES, 2011, p.155-156)

Moreira e Moura reafirmam a proeminência do Plano Amaral Peixoto e ainda acrescentam:

O crescimento urbano dos municípios da região, nos anos de 1940, levou o então interventor do estado do Rio de Janeiro, Ernani Amaral Peixoto, a encomendar um plano de urbanização, o “Plano Amaral Peixoto para as cidades fluminenses”. Dois anos depois da visita à região, em 1940, o famoso urbanista francês Alfred Agache lançava o plano diretor de Cabo Frio. Este determinava que a parte turística deveria ficar na extensão do canal do Itajuru e da Praia do Forte. Indicava, também, a criação de áreas verdes e de lazer nos trechos de praias, bem como de um canal e uma orla, que por sua vez, conectariam os setores do balneário (a lagos, o mar, as faixas de areia, as residências de veraneio e os hotéis). (MOREIRA; MOURA, 2020, p. 129)

O Plano Agache está concentrado no processo de evolução urbana e de urbanização turística, especificamente da cidade de Cabo Frio. É uma evolução urbana porque se insere dentro de um planejamento urbano que prevê sentidos da urbanização e é urbanização turística, pois prevê a articulação entre o espaço urbano e a economia do turismo, de novos usos do espaço e implicitamente de uma nova valorização do espaço, referente tanto a um espaço valorizado, o canal do Itajuru, quanto do espaço desvalorizado que é a praia. Alfred Agache tem como experiência e referência a Europa, com um processo ainda mais avançado de urbanização turística e de economia do turismo e consegue antecipar o circuito turístico, mesmo não utilizando o conceito, que terá pleno desenvolvimento, altos investimentos públicos e privados e concentração de empreendimentos a partir da segunda metade da década de 1990.

O projeto de Agache não consegue ser executado, vários trechos de dunas e áreas de vegetação serão posteriormente “consumidos” pelo processo de urbanização, a parte do Canal do Itajuru continua com residências de alto valor para o padrão da cidade, mas sem nenhum processo de renovação até o fim da década de 1990. O Plano Agache obrigaria um forte investimento para a consolidação, tendo como referência a década de 1940, com uma baixa receita da cidade de Cabo Frio, baixo acesso a tecnologia, sendo provavelmente dependente quase que exclusivamente do governo do Estado.

Portanto, nesse contexto do Plano Agache mal sucedido na cidade de Cabo Frio, continuamos com a praia desvalorizada no sentido econômico, social e cultural, tendo seus espaços próximos com baixa ocupação e com valor baixo; não atraindo a urbanização, novos investimentos públicos e privados, serviços; não influenciando na ocupação e valorização do espaço, no processo de urbanização. Essa condição reforça a nossa hipótese, pois quando a praia é desvalorizada e apresenta essas características seus impactos econômicos, sociais e espaciais não são sentidos, não há uma reestruturação do espaço, uma nova valorização do espaço, a partir da praia, justamente porque a praia não tem a função que apontamos.

O fluxo de turistas e moradores temporários na cidade de Cabo Frio cresce em um ritmo substancial na década de 1970, junto a um aumento da rede hoteleira e de residências secundárias, porém há alguns conflitos e obstáculos. A indústria salineira enfrenta uma grave crise, onde a desativação de novas salinas pode significar a entrega desse espaço para o mercado imobiliário, a pesca artesanal ainda forte na cidade, também apresenta dificuldades pela falta de política pública para o setor, ao mesmo tempo o município tem uma baixa receita, insuficiente para atender as várias necessidades. Junto a isso é preciso mais fazer três destaques na década de 1960, o primeiro é o embargo de um projeto de uma estrada que cortaria o Morro do Telégrafo para integrar um empreendimento imobiliário, tratado por Moura:

Ainda nos anos 60, um estudo de caso ocorrido no bairro da Gamboa deixa clara tal afirmativa. O caso a ser citado envolve uma empresa do grupo Cesar Tedin, que iniciou, nesse período, obras que visavam à abertura de uma estrada no alto do Morro do Telégrafo, com o intuito de inaugurar um loteamento com vista privilegiada da cidade. Segundo o Deputado Janio Mendes, neste período, um grupo de moradores liderados por João Pereira da Silva, vulgo “João Burro”, Durvalino Narciso Leal, Daldevino José Rodrigues, Domício Rodrigues e Oswaldino dos Santos e outros, foram para o enfrentamento e (...) conseguiram impedir as obras. Para isso mobilizaram o Advogado Antônio Carlos Sigmaringa Seixas, que na Capital, conseguiu apoio do Presidente Juscelino Kubitschek, determinando, pelo SPU, a suspensão da obra. (MOURA, 2012, p. 54)

O segundo destaque é ainda mais grave e comprometedor por uma possibilidade de tombamento de vários espaços da cidade, que era uma demanda existente, tanto pelos patrimônios de valores históricos e culturais, quanto os de valores ambientais. Seria um grande freio no processo de expansão urbana, podendo conter inclusive graves impactos ambientais e ter impacto diretamente no turismo de sol e praia e no turismo residencial.

Em 1965, após apelos externos ao IPHAN pedindo o tombamento paisagístico de Cabo Frio, é delegado aos técnicos do IPHAN, Paulo Thedim Barreto e Augusto da Silva Teles o levantamento de bens que fundamentassem um tombamento paisagístico. Segundo o parecer dos técnicos, a cidade se desenvolveu com o “sacrifício cênico- paisagístico” (IPHAN, 1967, v. 01, fls. 05) do sítio urbano, as poucas edificações remanescentes do período colonial perdiam-se “no meio do casario novo ou alterado e não tem valor excepcional” (IPHAN, 1967, v. 01, fls. 06) e as áreas

edificadas eram “inexpressivas e sem requisitos que justifiquem o tombamento em conjunto” (IPHAN, 1967, p. 06). Paulo Thedim e Augusto da Silva Teles, finalizam o parecer concluindo que não haveria na cidade de Cabo Frio uma paisagem que justificasse o tombamento em conjunto devido às descaracterizações das edificações, das áreas edificadas e do traçado urbano. (ALVES, 2011, p. 156-157)

O parecer do IPHAN é um ponto fundamental para liberar o avanço da ocupação urbana, e de uma série de empreendimentos, como condomínios, loteamentos, rede de serviços, hotéis e pousadas, principalmente os localizados na beira da lagoa, no bairro histórico da Passagem – o primeiro ponto de ocupação da cidade no século XVI, e, em outros espaços. Um grande tombamento exigiria inclusive uma retomada das políticas de turismo, com a valorização do patrimônio histórico e cultural, já explorados em muitas cidades do Brasil e do mundo nesse momento, e, que serão ignorados e secundarizados em Cabo Frio, pela predileção do turismo de sol e praia e do turismo residencial. O mesmo processo que recusa investimentos maciços em Armação dos Búzios que desponta como possibilidade de espaço turístico após a visita da atriz francesa irá tornar irrelevante o turismo histórico e cultural, mesmo com as potencialidades da cidade e de seus distritos.

O César Thedim²⁶ responsável por esse suposto loteamento será o mesmo responsável pela Rua das Pedras em Armação dos Búzios, e, por dois condomínios de luxo na cidade de Cabo Frio, ambos na década de 1970, e, que coincidentemente ou não, apresenta o mesmo sobrenome de um dos técnicos do IPHAN que desaprovam o tombamento da cidade de Cabo Frio. O último ponto e obstáculo para o avanço do turismo com qualidade é a limitação da infraestrutura local, que nitidamente não acompanha o crescimento do turismo e as necessidades da alta temporada. Um reflexo desse momento são as reportagens diversas sobre a cidade retratando problemas de falta de água, apagões de luz, além disso, problemas na segurança, como roubos e furtos que atingem o comércio e até mesmo hotéis.

2.7.1 A “decisão” pelo turismo e as transformações substanciais a partir da década de 1970.

Existe uma narrativa procedente na década de 1970 do governo local, impulsionada pelo governo do estado e reforçada por aqueles envolvidos diretamente com o mercado imobiliário, rede hoteleira e de serviços vinculados ao turismo: A vocação da cidade de Cabo Frio é ser turística, e é um destino irrevogável. O turismo significava modernidade, progresso, inovação,

²⁶ Escrito como Tedin equivocadamente por MOURA (2012)

para uma cidade ainda deficiente de infraestrutura e ainda pequena na população, com poucos avanços e uma vida pacata na baixa temporada.

Não existe vocação para o turismo, há potencialidades naturais, históricas, culturais, entre outras, que necessitam de uma política de investimentos, transformações do espaço, inclusive, com conexão com espaços emissores de turistas, e, ainda, será preciso propaganda e condições que possibilitem a estada do turista, ou seja, a criação de necessidades, e, a transformação da cidade em produto e em um destino a ser escolhido. A ideia de vocação simplifica um processo extremamente complexo e que depende de muitos fatores e o envolvimento de muitos agentes como o Estado, o mercado imobiliário, condições físicas, rede de serviços etc.

Com a inclinação do Executivo e Legislativo municipais ao discurso e à economia do turismo, há a mobilização de parte da sociedade para atrair pessoas para o município gradativamente. A crise da economia do sal e a falta de apoio histórica a pesca artesanal, e, o enquadramento dessas atividades como “velhas”, atrasadas e de pouca lucratividade, reforça ainda mais a inevitabilidade do turismo.

Os anos 70, assim, surgem como momento de consolidação do processo em tela. O início de tal década, tem como destaque, no cenário político local, a eleição de Ottime Cardoso dos Santos para o mandato de 1971/1972, que, segundo Baptista (2007), se alia a tal processo, já que, para o autor, Ottime viu “o turismo e a construção civil como atividades econômicas importantes de atração de empresários para Cabo Frio” (Baptista, 2007, p.56). Entre os projetos que representam essa mentalidade Ottime, Baptista destaca o Pontal do Atalaia, em Arraial do Cabo (que fazia parte do município de Cabo Frio à época) e o Marinas do Canal, no Canal Itajurú, no bairro da Gamboa em Cabo Frio. Segundo Baptista, Ottime conseguiu criar “uma sensação de modernidade em uma prefeitura que ainda representava o passado” (idem). (MOURA, 2012, p. 55)

A década de 1970 representa uma virada para o turismo, no ponto de vista econômico e uma vitória no campo discursivo-político, contudo se a cidade passa a receber mais fluxos de turistas, se a rede hoteleira cresce de forma exponencial, as limitações da infraestrutura de acesso até a cidade e da cidade ainda são obstáculos grandes a serem superados. As reportagens e matérias sobre a cidade nesse período refletem justamente a cidade como potencial destino turístico e uma cobrança pela limitação da infraestrutura, dois pontos fundamentais diretamente relacionados com a acumulação e reprodução do capital. A possibilidade de retração de fluxos de turistas e moradores temporários por conta desses problemas impactaria diretamente nos empreendimentos existentes e nos possíveis futuros empreendimentos na cidade.



Fonte: Jornal do Brasil 1970

A espera do “príncipe” como mencionado como a espera do Estado continua, seja pela baixa receita e capacidade de investimento do governo local e da pouca extensão das obras do governo do Estado que privilegia a região metropolitana, principalmente a cidade do Rio de Janeiro.

O número de hotéis aumenta significativamente nesse período. Em 1963 eram apenas cinco – com destaque para o Hotel Lido que era localizado em frente a praia do Forte, no trecho que veio a ficar conhecido como praia do Lido – já em 1968 registrava-se a oferta de 162 quartos para hospedagem e, em 1977 já havia “118 estabelecimentos destinados a alojamento e alimentação.” No início da década de 1970 foi inaugurado o Malibu Palace Hotel que de imediato torna-se um ícone da arquitetura turística local, menos em função das suas linhas arquitetônicas e mais em função daquilo que ele representava. O Malibu era o mais sofisticado hotel da cidade até então e, assim como o Lido, possuía uma localização privilegiada de frente para o mar na principal praia da cidade. (CHRISTÓVÃO, 2011, p. 106 -107)

Há uma divisão cada vez mais reforçada entre alta temporada – verão, carnaval, somados a alguns feriados prolongados, onde a cidade apresenta uma grande população temporária, e, um período de baixa temporada, que se arrasta pelos outros meses, onde a quantidade total de pessoas reduz drasticamente, afetando diretamente a economia. Mesmo com as edificações claramente em expansão pela Praia do Forte na década de 1970, ainda é possível perceber vários espaços não ocupados, mesmo no trecho central de ocupação desse embrião de orla, o bairro Braga no sentido oeste, ainda não é muito ocupado e em parte é rejeitado pelo processo de urbanização. Segundo Christóvão (2011) no governo Ottonio de Albuquerque, na década de 1970, muitos terrenos eram doados no bairro Braga, uma tentativa de ocupar o bairro e aumentar a receita do município com a cobrança de impostos. A praia do Forte ainda está nivelada com a rua e o bairro que se estende até o centro da cidade, com partes com vegetação e um grande campo de dunas ainda presente no sentido bairro Braga e do então distrito Arraial do Cabo, uma

realidade que será gradativamente alterada pelo processo de urbanização que ganha novos impulsos na década de 1970.

A reportagem a seguir além de simbolizar a constante divulgação de Cabo Frio em jornais de grande circulação, retrata o crescimento do turismo, principalmente a partir dos grandes fluxos de turistas e moradores temporários e do crescimento da rede hoteleira:

Figura 22 O PODER DA ALTA TEMPORADA



Fonte: Jornal do Brasil, 1970

A reportagem alerta para uma transformação real, uma população flutuante duas vezes maior que a população total (em alguns momentos mais do que isso), um estilo de vida alterado, com maior trânsito, com mais agitação, com os ruídos de carros de dezembro até março. Em uma outra parte da reportagem há um tópico sobre a necessidade de reservar o hotel com muito antecedência, pela grande procura existente e da opção de dezenas de praias, porém grande parte com difícil acesso, atentando-se que nesse momento a propaganda ainda conta com os distritos de Arraial do Cabo e Armação dos Búzios.

As residências secundárias e as casas comumente alugadas na alta temporada crescem em ritmo exponencial na cidade de Cabo Frio. Nesse contexto é preciso ressaltar os empreendimentos na beira da lagoa sob o auspício de César Thedim que desta vez irão vingar: o condomínio Moringa e o condomínio Marinas do Canal:

Dois projetos merecem destaque, o condomínio Moringa, e, uma espécie de continuação que é o Moringuinha, e, o condomínio Marinas do Canal. Ambos estarão localizados nas margens da lagoa – Canal do Itajuru, o primeiro do lado tradicional de ocupação cabofriense, e, o segundo do lado oposto, próximo ao bairro Gamboa, tradicional bairro de pescadores da cidade e do Clube Costa Azul. Serão grandes projetos do início da década de 1970, sob o auspício do engenheiro César Thedim19 e do seu grupo, que pretendia criar novos espaços para a ocupação da elite,

principalmente, a procedente da cidade do Rio de Janeiro, que recebia a divulgação desses projetos prioritariamente. Thedim já conhecia a cidade de Cabo Frio, e, construirá esses condomínios a partir um processo conturbado, pois se tratava de uma área de União, logo, foi necessário o diálogo com a prefeitura de Cabo Frio, na gestão de Otime dos Santos, e, posteriormente, da prefeitura com o Governo Militar, em 1971, no período de Médici. (MOURA, 2012; MELO, 2011) O governo municipal usa o discurso de desenvolvimento (modelo da ditadura), da pouca infraestrutura da cidade, da necessidade de investir em novos empreendimentos, até mesmo a necessidade de dragagem da lagoa, que seria feita pelo empreendimento, que utilizaria o material da dragagem para fazer os aterros. (RAMÃO, 2015, p. 114)

Dessa forma, podemos afirmar que a mercadoria Cabo Frio estava em franca expansão nesse momento, as propagandas e reportagens eram crescentes, não só para o alcance próximo e imediato de consumidores da região metropolitana do Rio de Janeiro, mas alcançando Minas Gerais, que já apresenta fluxo constante de turistas para Cabo Frio na década de 1970, e, obviamente atingindo outros estados ponto conta dos jornais de circulação nacional. Christóvão (2011) faz uma importante análise sobre as propagandas como instrumentos de afirmação de Cabo Frio como uma cidade turística, mostrando as diversas aparições da cidade na década de 1960 em revistas de turismo, algumas de circulação nacional, no Jornal do Brasil, O Globo, O Cruzeiro, Manchete e Fatos & Fotos, etc. No Guia Turístico Nacional, de 1973, decretado como o ano do turismo, Cabo Frio aparecia 28 das 31 páginas do livreto, e, nas décadas seguintes a imagem de praia e sol será reforçada por inúmeras publicações.

Destaca-se também, em 1971, uma reportagem do jornal Correio da Manhã, do Rio de Janeiro, que tinha como chamada principal do II caderno do Estado do Rio: “Cabo Frio cresce com sal e turismo”, o que mostra ainda a existência e importância da atividade salineira já consagrada e o turismo como uma atividade que despontava e se consolidava nas últimas décadas. Em 1974, uma reportagem do jornal o Globo estampava “Cabo Frio, uma opção a gosto carioca”, afirmando que fora do período de carnaval Cabo Frio se transforma em uma pacata cidade, com exuberante beleza, com algumas construções no estilo colonial, sendo uma das mais antigas cidades brasileiras. Ainda há uma recomendação que reproduz as diferenças entre a alta temporada e a baixa temporada, anunciando a existência de 28 hotéis o carioca pode conseguir um preço da diária mais barato na baixa temporada, com destaque para o hotel Malibu, o Hotel Acapulco, Hotel Cabo Frio Sol. (RAMÃO, 2015)

Em 1974, um dos problemas de infraestrutura é basicamente sanado, o acesso até a cidade, com a construção da Ponte Presidente Costa e Silva, conhecida como Ponte Rio-Niterói, que irá facilitar e diminuir a distância entre o Rio de Janeiro e Cabo Frio, afetando obviamente toda a Região dos Lagos. Na mesma década ainda há a pavimentação da BR 101, possibilitando outro acesso até a cidade. Há uma forte relação do crescimento do turismo e de uma passagem

para um novo estágio com a melhoria das infraestrutura de acesso até a cidade turística. “Não há dúvidas de que a explosão do veraneio e da busca turística em Cabo Frio se dá em período equânime a este” (MOURA, 2012, p. 56); a construção da ponte era “o elemento que faltava para o aumento do fluxo de turistas cariocas em direção a Cabo Frio” (CHRISTÓVÃO, 2011, p. 85); “melhorando o acesso à região e a sua articulação com a região metropolitana”. (GONÇALVES, 2019, p.40)

A construção da ponte diminuiu o tempo de deslocamento rodoviário até Cabo Frio, a partir da cidade do Rio de Janeiro, em ao menos uma hora de viagem, propiciando o aumento do turismo de final de semana e incentivando a aquisição de imóveis em Cabo Frio por uma classe média carioca em ascensão a partir do período do Milagre Econômico (1968-1973). (CHRISTÓVÃO, 2011, p. 85)

O fim da década de 70 simboliza um acréscimo substancial de turistas e moradores temporários na cidade de Cabo Frio, com a facilidade das novas vias, contudo, os obstáculos de infraestrutura local ainda permanecem, junto a conflitos, como a remoção de parte da população localizada próxima a Praia do Forte, a formação ou ampliação de bairros periféricos, carentes de infraestrutura, e, uma série de conflitos com pescadores e salineiros por disputa pelo espaço e investimentos. Essa aceleração das moradias secundárias, doação de terrenos e de empreendimentos imobiliários de luxo fez com que Cabo Frio estivesse na CPI da especulação imobiliária em 1978, como afirma MOURA, 2012.

O turismo de Cabo Frio segue nesse ritmo de crescimento com obstáculos até meados da década de 1990, com um acréscimo da população fixa da cidade e com uma receita municipal ainda limitada. A alta temporada e a baixa temporada ainda permanecem como duas realidades distintas, a queda abrupta do sal e o enfraquecimento da pesca deixarão mais espaços para o crescimento do turismo, contando ainda com o grande domínio de novos loteamentos, condomínios, tomando principalmente as áreas próximas da lagoa, e, ainda prédios que passam a ocupar cada vez mais a orla da Praia do Forte e o centro da cidade.

(...) A partir da década de 80, se observa em Cabo Frio e nas cidades vizinhas, uma pressão muito grande por parte da especulação imobiliária e da indústria da construção civil, função de seus atraentes recursos para o turismo de 2ª moradia. (Lopes, 2011, apud MOURA, 2012, p. 56)

2.8 A produção capitalista do espaço.

A produção do espaço turístico nesse contexto não só de Cabo Frio, mas de outras cidades brasileiras, mesmo que em diferentes estágios, representa majoritariamente uma

produção capitalista do espaço para o fim de acumulação e reprodução do capital. Os projetos de cidade e o planejamento urbano, mesmo que ainda limitados por uma série de condições técnicas e financeiras, avança em um modelo de produção do espaço que beneficia grandes empreendimentos imobiliários, que mobiliza a indústria da construção, e, que seleciona as áreas de interesse turístico-imobiliário para específicas frações do capital.

O turismo acaba sendo concorrente de muitas atividades históricas, como o sal e a pesca artesanal, mas também, com a indústria, a agricultura. Nesse sentido, a necessidade de ocupação do espaço, de transformação e adaptação do espaço, conseqüentemente estimula uma produção e reestruturação do espaço destruindo em parte a estrutura vigente e adaptando estruturas quando há essa possibilidade. A competição pelo espaço se torna fundamental para o turismo, podendo gerar assim o enfraquecimento de outras atividades.

Conforme Nicolás (1998:57) el turismo, como actividade humana es la única que aprovecha el espacio tanto por su valor paisagístico como por las condiciones ambientales que prevalecen (clima, hidrología, vegetación etc.). Os atributos naturais do espaço exercem importante papel na eleição de determinadas porções de território pelo turismo. (CRUZ, 1999, p.134)

Essa necessidade dos atributos físicos para o turismo gera a disputa por determinados espaços na cidade, tanto na área urbana quanto na área rural; tem a possibilidade de reconfigurar o processo de urbanização; pode redimensionar os investimentos públicos, principalmente em infraestrutura oferecendo novas realidades espaciais. Retomando a ideia do circuito turístico, quando o Estado se posiciona a facilitar e conceder privilégios de grandes grupos seja do setor hoteleiro, de inúmeros serviços, do mercado imobiliário, entre outros, e, para concentrar investimentos em uma parcela do espaço, mesmo tendo em outros espaços necessidades primárias não atendidas, percebe-se um modelo de cidade turística que funciona a partir da lógica de mercado, estimulando a acumulação e reprodução do capital atendendo interesses desses grupos. Os atributos naturais qualificados como de valor para o mercado podem ser reunidos e inseridos em um circuito turístico com infraestrutura, com projetos de embelezamento e com espaços turísticos.

E tratando especificamente de turismo de sol e praia e turismo residencial é possível identificar no litoral brasileiro na segunda metade do século XX o embrião de inúmeros circuitos turísticos baseados nessa estrutura. Segundo Cruz (1999) tratando do Nordeste, mas que de fato pode ser estendido como exemplo a várias outras cidades brasileiras:

A construção cultural da valorização do modelo sol/praias é a base sobre a qual se assenta a 'potencialidade natural' do litoral nordestino para o turismo. Imagens e paisagens que encantam são, entretanto, como 'ilhas da fantasia' numa realidade bem menos encantadora'. E. como não se pode esconder totalmente a realidade, durante

todo o tempo, uma das formas espaciais assumidas pelo turismo no Nordeste (bem como em outras regiões do país) são esses simulacros, territórios do confinamento pelo e para o turismo. (CRUZ, 1999, p.90)

Os circuitos turísticos ao atender as necessidades e desejos das frações de capital específicas vinculadas ao turismo e se tornar um produto atrativo para os turistas têm a capacidade seja pela propaganda seja pela produção do espaço, de camuflar e ocultar conflitos e espaços periféricos da cidade turística. As ilhas da fantasia ou simulacros, nada mais são nesse contexto de circuitos turísticos que funcionam a partir da lógica do capital. Os ajustes conduzidos pelo Estado no espaço urbano e a ocupação feita por empreendimentos privados alimentarão essa estrutura espacial das cidades turísticas, que é sobretudo desigual. É nesse sentido, que alcançamos o segundo ponto, o circuito turístico além de ser um ajuste do espaço para a acumulação e reprodução do capital é produtor ou pelo menos contribui para a produção de desigualdades socioespaciais.

3- TURISMO, CIDADE-MERCADORIA E PRODUÇÃO DESIGUAL DO ESPAÇO

O terceiro capítulo irá tratar do turismo no recorte da década de 1990 até 2013, onde há um novo contexto, de avanço do turismo com a partir de uma conjuntura político-econômica ainda afetada pela crise do petróleo, pela crise do fordismo e emergência de modelos pós-fordistas, do domínio do neoliberalismo, que se estende aos países latino-americanos com maior pujança, do contínuo desenvolvimento da técnica, da ciência e informação, do transporte e do avanço do capitalismo.

De forma mais específica, há outros fatores que estão alinhados com o crescimento da atividade: maiores ofertas de lazer, descanso, aventura, segunda moradia; outras modalidades de turismo que crescem exponencialmente; a internet com grande crescimento, abrindo novos espaços; a possibilidade de crédito crescente, contribuindo para o crescimento do consumo do turismo, atingindo outras frações de classe; uma produção do espaço turístico que se transforma em níveis quantitativos e qualitativos, com novas cidades turísticas ou com a reinvenção e reestruturação das cidades turísticas existente; melhores acessos a partir de rodovias e ferrovias, crescimento da malha aérea, das companhias aéreas e em linhas gerais com o barateamento das passagens aéreas; o desenvolvimento e ampliação dos serviços turísticos, seja na rede hoteleira, nos restaurantes, passeios, entre outros; o avanço da indústria da construção e por consequência do mercado imobiliário que possibilitará cada vez mais a construção de residências secundárias e novos empreendimentos turísticos.

Sinteticamente é o desenvolvimento do consumo turístico (e crescimento do fluxo de turistas), do produto turístico e do espaço turístico, fortalecendo as relações mais próximas e mais distantes entre centros emissores e receptores de turistas, alimentando a produção e competição de cidades turísticas, consagrando espaços turísticos e criando novos paraísos a serem desfrutados. São novos avanços econômicos e espaciais da economia capitalista do turismo, fortalecendo os pontos já destacados tratados por Harvey (2005) que são decisivos para a acumulação e reprodução do capital. Os impactos econômicos, espaciais, culturais, sociais e ambientais crescem junto à magnitude dessas transformações, e, de fato é preciso avaliar os processos gerais e os casos específicos.

Estruturamos o capítulo em partes: a primeira discutindo as transformações do mundo no contexto sinalizado e de que forma o turismo é impactado. Há um crescimento exponencial das cidades turísticas nesse momento, além de um fluxo de turistas internacionais. É de fundamental importância interpretar as características do turismo do capitalismo globalizado que se expande pelo mundo com mais força. Posteriormente, trataremos da “reinvenção das

idades” (SÁNCHEZ, 2010), que passam a ser cada vez mais importantes, e, amalgamadas a um projeto econômico e urbano, em um novo contexto com uma série de novos termos e conceitos, novos processos de produção do espaço, novas características dos governos locais e do Estado. A cidade, no caso específico, o local, passa a ser a escala central da globalização e também é a escala central do turismo, por mais que existam as regiões turísticas, ou até mesmo políticas regionais e nacionais. Por fim, como a reinvenção das cidades e todas as suas características latentes junto ao desenvolvimento do turismo estão presentes na cidade de Cabo Frio a partir do novo projeto de cidade que surge em 1997, financiado pelos royalties do petróleo. A cidade de Cabo Frio é um reflexo do contexto das transformações das cidades e do desenvolvimento do turismo que cresce ainda mais nesse período.

A reestruturação do espaço na cidade de Cabo Frio concentrada no circuito turístico irá refletir um modelo de produção do espaço de ampla desigualdade socioespacial, tendo na Praia do Forte a referência central do recomeço do processo de urbanização, transformando o circuito turístico no espaço mais privilegiado, de grande investimento público e de maior embelezamento, contendo ainda a maior concentração de eventos e atribuindo novos valores ao espaço e aos imóveis.

Os processos de urbanização que passam a ser guiados pelas praias irão promover novas ocupações, novos valores de metro quadrado, novas infraestruturas, entre outros fatores já apontados, e, conseqüentemente, os circuitos turísticos que envolvem as praias passam a concentrar as classes mais abastadas e a expulsar classes menos abastadas, a partir do Estado e da pressão do mercado imobiliário, do setor de serviços, da rede hoteleira etc. Assim, investigaremos essa produção desigual do espaço e apontaremos sua estrutura na cidade turística de Cabo Frio.

3.1 Um cenário político-econômico-espacial transformado.

É preciso combinar as mudanças do turismo com as mudanças na economia, sociedade e espaço no fim de século XX. Segundo Borja e Castells (1997): As cidades e as sociedades estão experimentando profundas transformações no fim do século XX. A revolução tecnológica estaria no centro de tudo, no contexto do mundo globalizado, modificando as formas de produzir, consumir, gerir, informar e pensar. As atividades estratégicas dominantes estão organizadas em redes globais, mesmo que muitas outras atividades funcionem em escala regional e local, e, nesse sentido as relações entre os países é assimetricamente interdependente.

E, por fim, o processo de urbanização nunca esteve tão acelerado, transformando a dinâmica urbana, fazendo com que a população se concentre em cidades, e, criando redes inclusive com as áreas rurais.

Além do avanço da urbanização a relação entre muitas cidades também é reconfigurada e ressignificada. Borja e Castells (1997) são grandes referências no estudo das transformações das cidades, no planejamento urbano e no sentido que as cidades ganham no fim dos anos de 1980 e com grande expansão e visibilidade na década de 1990. As cidades-mercadorias, cidades-espetáculo, o planejamento estratégico, o city marketing, sobretudo uma visão empreendedora da cidade, que conta ainda com mais uma série de vocábulos, são partes da realidade de muitas grandes cidades desse contexto. Conseqüentemente, o turismo está entranhado nesses processos, pois em muitos casos essa cidade renovada, reestruturada e repaginada tem na economia do turismo uma das suas bases econômicas.

Os autores articulam essas novas relações das cidades com o processo de globalização:

El proceso de globalización y la informacionalización de los procesos de producción, distribución y gestión, modifican profundamente la estructura espacial y social de las ciudades en todo el planeta. Éste es el sentido más directo de la articulación entre lo global y lo local. Los efectos socio-espaciales de esta articulación varían según los niveles de desarrollo de los países, su historia urbana, su cultura e sus instituciones. Pero es en esa articulación donde se encuentra en último término la fuente de nuevos procesos de transformación urbana, y, por tanto, los puntos de incidencia de políticas urbana, locales y globales capaces de invertir el proceso de deterioro de la calidad de vida en las ciudades. (BORJA; CASTELLS, 1997, p. 35)

O avanço e o desenvolvimento da globalização serão fundamentais: para transformar a dinâmica de várias atividades econômicas; para gerar impactos na relação entre cidades na hierarquia urbana, entre o local e o global, entre a cidade e as novas tecnologias, a ciência e a informação; e ainda, para transformações no transporte, na infraestrutura, na forma de consumir, sobretudo com o avanço da internet, entre outros pontos que terão impactos na sociedade, na economia, na política, na cultura e no meio ambiente. Sánchez (2010) aponta essas transformações a partir da leitura de alguns autores:

A rede global de comunicação provoca o colapso das velhas barreiras espaciais. Convém ressaltar, todos os lugares agora são acessíveis instantaneamente, não para todos, mas para os grandes atores do chamado “tempo real”, que são os “donos da velocidade” (SANTOS, 2000, p. 28). Para alguns, esse processo provoca a dissolução do espaço pelo tempo (VIRILIO, 1993); para outros, o processo não apenas não representa a aniquilação do espaço pelo tempo, mas converte essa nova espacialidade pós-moderna numa das chaves fundamentais para explicar o desenvolvimento econômico pós-fordista (HARVEY, 1994; SANTOS, 1996). Nesse sentido, o espaço adquire uma relevância vital. (SÁNCHEZ, 2010, p. 75)

George (1970) já observava uma mudança na evolução do transporte e de novas relações entre o espaço e tempo após os anos de 1950, apontando que a distância-tempo seria substituída pela distância-preço, isto é, que as evoluções do transporte, a rapidez no espaço e a capacidade de se transportar de forma mais rápida estaria diretamente vinculada às possibilidades financeiras. A passagem da década de 1980 para a década de 1990 acelera ainda mais esse processo.

Em relação às cidades turísticas especificamente, a estrutura do espaço urbano é modificada, e também a forma e a função dos espaços. Espaços historicamente inóspitos podem ganhar novas funcionalidades seja pelo valor ambiental cultural ou histórico, ou por uma importância estratégica e ocasional (referente a um grande evento, por exemplo). Centros históricos recebem novos investimentos e são revitalizados, espaços deteriorados como áreas portuárias passam a ter novos valores, são criados espaços de eventos, espaços turísticos, espaços de festas, museus, obras arquitetônicas e monumentos, a partir de investimentos públicos e privados. A cidade é mercadoria e é mercantilizada, além disso, a cidade é, sobretudo, mapeada em espaços conforme seu valor de uso e principalmente do valor de troca.

Há uma verdadeira reinvenção das cidades, articulada à espetacularização, à mercantilização, com um novo estágio de produção e consumo do espaço.

Os processos relativos à produção e ao consumo do espaço-mercadoria estão também presentes quando a mercadoria de que se trata é a própria cidade. Efetivamente, essa análise identifica, na retrospectiva da década de 1990, um movimento de aprofundamento da transformação do espaço em mercadoria, que culminou na transformação das próprias cidades em mercadoria, de cidades tomadas em seu conjunto e não em partes isoladas, o que parece afirmar-se como tendência na recente virada do século. A emergência da cidade-mercadoria faz parte das transformações do processo de produção e da concretização da sociedade urbana. (ibidem, 2010, p.50)

É importante compreender justamente a articulação entre o processo de produção do espaço e o processo de consumo do espaço. As cidades turísticas são produzidas para o consumo, e, a intensificação desse consumo do espaço mobiliza ainda mais a produção do espaço, conseqüentemente dos agentes produtores do espaço. E obviamente a propaganda, a infraestrutura de acesso e permanência, a proximidade de grandes centros emissores de turistas, serão fatores fundamentais para o crescimento desses espaços turísticos.

Reitera-se a advertência que a propaganda da cidade elege espaços, transmite um recorte do espaço urbano, apresenta o circuito turístico, logo a reinvenção das cidades pode refletir mais processos de reestruturação e renovação urbana de partes estratégicas da cidade, do que um projeto de recuperação integral, resolvendo demandas históricas de bairros periféricos e externos ao circuito turístico, e que ao mesmo tempo não são decisivos para a produção do espaço turístico. Dessa forma, o “clima de montanha”, as altas temperaturas, o valor histórico-

cultural de uma cidade antiga, podem significar todo o território de uma cidade, mas a cidade turística mesmo assim terá espaços que serão promovidos e espaços que serão ocultados e não farão parte da propaganda, mesmo que em alguns casos, esses espaços também possuam um valor ambiental, histórico e cultural, mas não estão incluídos no circuito turístico, por uma série de motivos. Não é de forma fortuita que é possível ver em cidades turísticas a história e a cultura serem manipuladas e recriadas, com vários exemplos da invenção das tradições (como sugere Hobsbawm, 2008) ou de novas “aquisições” estratégicas da cultura local com fins de promoção turística, como aconteceu em Tonga, que passou a atrelar a imagem da ilha com o King Kong, por conta do sucesso do filme de Hollywood. (COHEN, 2005). O importante na lógica de mercado presente nas cidades turísticas é o potencial de venda, a rentabilidade e o valor de mercado e não obrigatoriamente priorizar a autenticidade, a veracidade, principalmente se o autêntico não for comercial, assim adaptações, inclusões e descartes podem ser feitos na composição da história e cultura da cidade turística.

A expansão da globalização, a evolução do transporte, a diminuição das distâncias, destacadamente para aqueles que têm potencial de consumo, possibilita não só o maior acesso às cidades turísticas a partir da década de 1990, como intensifica a internacionalização das cidades. Assim, o produto cidade-turística amplia as fronteiras; o turismo internacional continua crescendo; a produção e a reestruturação dos espaços para fins turísticos se tornam um processo recorrente e cada vez mais acelerado. Nesse contexto, tanto para Borja e Castells (1997), quanto para Sánchez (2010), o caso de Barcelona olímpica será emblemático, e, fundamentalmente um ponto central na história do planejamento urbano, do planejamento estratégico, da cidade-mercadoria e da relação dos megaeventos com a produção e o consumo do espaço, e, concomitantemente ou como desdobramentos, teremos outro conjunto de cidades que irão reproduzir os mesmos ideais.

(...) Cidades como “cidades internacionais”, “capitais do mundo” ou como cidades com acentuado grau de centralidade regional, cidades inseridas. “Barcelona capital mediterrânea”, “Barcelona capital do sul da Europa” e “Curitiba: capital brasileira de primeiro mundo” são exemplos dessas imagens-síntese de centralidade geográfica, que emergem nos discursos e documentos oficiais e na mídia. (SÁNCHEZ, 2010, p. 278-279)

A marca Barcelona capital da Europa ou a marca Curitiba capital brasileira de primeiro mundo são produzidas enquanto imagens-sínteses e discurso, a partir de diversos elementos reais, ou seja, de uma base material existente, como os espaços históricos e culturais, os espaços verdes, contudo, essa realidade é falsamente estendida a toda a cidade, e, conjugada a representações, características e elementos fantasiosos, transformando essa imagem-síntese

em um simulacro, como aponta Baudrillard (1993). A produção de simulacros e a produção de fantasias são elementos potentes para entender o turismo no contexto de globalização e de transformação da propaganda, que se remete cada vez mais em produzir uma situação de consumo, espaços paradisíacos e experiências diversas. A condição tecnológica viabiliza ainda mais a criação de espaços, com estruturas e realidades quase que paralelas, impulsionando a produção de verdadeiros simulacros, que em muitos casos destoam do entorno e do “restante” da cidade.

Segundo Cohen (2005): os parques temáticos são exemplares na produção de um mundo fictício, hiper-real, onde a fantasia é um ponto central que valoriza ainda mais o empreendimento e onde o real se mistura à fantasia, sendo difícil estabelecer limites entre os dois. A Disney seria o exemplo mais contundente desse mundo dos sonhos, que traz uma experiência distinta ao turista. Contudo, há um certo exagero quando o mesmo autor afirma que os parques temáticos são auto-suficientes e autônomos, podendo se localizar em qualquer lugar onde fosse possível sua construção, como se o mundo da fantasia criado fosse plenamente externo à realidade concreta onde ele está localizado. Podemos ainda comparar o parque aos resorts, onde o raciocínio poderia ser o mesmo, pois são espaços que apresentam uma série de serviços, que praticamente inibem os turistas de buscarem outros pontos da cidade, até mesmo por contar com a segurança, serviços e elementos da natureza à disposição.

A Disney tem a repercussão global, é um atrativo para pessoas de vários pontos do mundo, também pela sua localização em um país desenvolvido, que expande sua influência cultural e seu modo de vida pelo mundo, inclusive com a propaganda da própria Disney, dos atrativos da Disney, dos desenhos da Disney. A marca Disney está diretamente vinculada aos Estados Unidos. O turista que vai a primeira vez a Disney pode encontrar um mundo da fantasia nos castelos, nas atividades e espaços produzidos, mas reconhece os personagens que são bombardeados nos desenhos, por exemplo. A possibilidade de ter voos de vários pontos do mundo para Orlando, o acesso facilitado do aeroporto até o parque, a língua inglesa como principal língua do mundo, coloca a Disney em uma condição completamente distinta, do que se a Disney fosse no Paraguai, na Etiópia ou em outro país de alcance menor e condições distintas.

Além disso, há outros fatores que devem ser considerados obrigatoriamente: se o país ou a cidade vive um problema específico como explosão de violência, observado no Ceará, principalmente em Fortaleza, em 2019, quando uma série de rebeliões e ataques aconteceram,

impactando diretamente o turismo²⁷; ou se a cidade teve um atentado terrorista como visto em Paris²⁸ em 2015; ou ainda os impactos imediatos no setor de turismo, a partir da pandemia²⁹, onde as viagens foram restringidas e até mesmo suspensas para vários pontos do mundo e o retorno gradual mostrou justamente a abertura de alguns países e ainda a aceitação de determinados turistas, além da instabilidade política³⁰ e outras condições.

3.2 A cidade como protagonista.

Nesse conjunto de mudanças da década de 1980 e 1990, que conta com a internacionalização de muitas cidades, é possível destacar como segundo ponto o protagonismo das cidades. Obviamente, estamos tratando de uma parte das cidades, prioritariamente nos países desenvolvidos, e, de um processo gradativo de expansão desse conceito para países subdesenvolvidos. É importante fixar que há um movimento onde a escala do local ganha força política, e representa esse novo contexto, onde a administração pública na esfera local passa a ser estratégica e decisiva.

A projeção da cidade-modelo, das cidades internacionais, das cidades dos megaeventos, e o relativo sucesso, mesmo que restrito a alguns aspectos, influencia diretamente na reprodução mais ou menos fiel, com resultados diversos. Nitidamente esse novo modelo de cidade tem relação com as cidades turísticas, mesmo não sendo exclusivo de cidades turísticas, e, ainda do turismo não ser sempre um tópico amplamente desenvolvido pelos autores que trabalham com esses temas.

Segundo Borja e Castells (1997) os Estados nacionais não dariam conta da complexidade de uma economia que transborda os limites territoriais dos países, diante o

²⁷ A violência no Ceará em 2019 nos primeiros dias de janeiro com cerca de 150 ataques coordenados por facções criminosas já impactava o turismo com a queda de 20% da ocupação da rede hoteleira. Problema que iria se ampliar nas semanas seguintes, com mais remarcações e cancelamentos de estadas. Fonte: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2019/01/09/onda-de-violencia-no-ceara-afasta-turistas-e-ocupacao-hoteleira-no-estado-cai-de-85-para-65.ghtml>

²⁸ O cancelamento ou a remarcação de reservas em hotéis começaram a ocorrer em menos de 24 horas após o atentado terrorista na capital francesa. No começo do ano de 2016 os impactos ainda eram sentidos, com uma redução de cerca de 1 milhão de turistas estrangeiros. Fonte: <https://pt.euronews.com/2015/11/16/que-impacto-terao-os-atentados-de-paris-na-economia>

²⁹ O governo dos Estados Unidos reabriu o país para turistas estrangeiros apenas no dia 8/11/2021, incluindo os brasileiros, contudo apenas para os turistas vacinados, com a obrigatoriedade de apresentação do comprovante de vacinação e seguindo os protocolos sanitários. Fonte: <https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2021/11/08/eua-reabrem-para-turistas-apos-20-meses-o-que-brasileiros-precisam-para-viajar.ghtml>

³⁰ Segundo estudo do WTTC (World Travel Tourism Council) a instabilidade política é mais prejudicial para o setor de viagens do que ataques terroristas pontuais. Fonte: https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2019/12/instabilidade-politica-e-pior-que-terrorismo-afirma-wttc_169869.html

processo de globalização, e, não conseguiriam atender as particularidades locais. Ao mesmo tempo, não são descartáveis, pois os governos locais e regionais precisam do governo nacional. Diante desse imbróglio, os autores concluem que o local consegue atender as particularidades e especificidades de vários campos, ao mesmo tempo que pode se articular em outras escalas – como a regional, nacional e internacional, de forma ágil. Os autores acrescentam:

La importancia estratégica de lo local como centro de gestión de lo global en el nuevo sistema tecno-económico puede apreciarse en tres ámbitos principales: el de la productividad y competitividad económicas, el de la integración socio-cultural y el de la representación y gestión políticas. (BORJA; CASTELLS, 1997, p. 14)

Os projetos nacionais e os programas de desenvolvimento dos países não são abandonados, até mesmo para o turismo brasileiro a década de 1990 significa a concretização do PRODETUR – programa nacional de desenvolvimento e estruturação do turismo, que tem um âmbito regional, e, mesmo esse programa consagrado pelas intervenções regionais, no primeiro momento com maior pujança e destaque na região Nordeste, há um desdobramento para atender também a escala do local. Sobre o processo de municipalização do turismo:

(...) Caracteriza-se por um movimento gerado a partir do preceito constitucional da descentralização e da participação, o qual determinou a construção do Programa Nacional da Municipalização do Turismo (PNMT). Ao ser formulado e implementado, o PNMT enfatizou a importância do papel das organizações parceiras – governamentais e do terceiro setor – para atingir seus objetivos. (BRASIL, 2007, p. 14)

Para entender como o processo de municipalização do turismo ocorre mesmo com o ponto de partida regional, é preciso retornar à constituição de 1988, que promove a cidade enquanto um ente federativo, ora subordinada ao governo estadual e federal, ora com certa autonomia, com possibilidades de angariar vultosas receitas e de planejar o desenvolvimento local. Inclusive, há algumas críticas a esse modelo quando se aproxima de uma autarquia e quando reproduz uma desigualdade entre municípios, até mesmo municípios vizinhos. (ARRETCHE, 2012; OLIVEIRA, 2016).

No caso do Brasil, temos o governo nacional, os 27 governos estaduais e os 5570 governos municipais, que, por força da constituição de 1988, todos são entes federativos, com relativa autonomia e responsabilidades cujas atribuições exclusivas e compartilhadas são determinadas constitucionalmente. (OLIVEIRA, 2016, p. 5)

Escala de atuação capaz de produzir o desenvolvimento, escala necessária de atuação e planejamento, novo modelo para atender a complexidade do mundo globalizado ou exagero na liberdade e autonomia, o que se torna cada vez mais realidade na década de 1990 é a cidade com certo protagonismo, em uma leitura geral, e, obviamente quando se faz uma análise mais aprofundada se percebe que a condição de promoção, desenvolvimento, a infraestrutura, e, todo

o histórico econômico, de urbanização e de movimentação de renda, coloca as cidades brasileiras em posições diferentes nesse contexto.

A cidade se torna estratégica e também se torna competitiva, assim, a solidariedade e unificação imaginadas em políticas regionais, transformam-se essencialmente em um campo de batalhas entre as cidades, inclusive com hierarquias das cidades dentro da região, junto a um desenvolvimento reduzido de políticas conjuntas e colaborativas. Há documentos específicos do turismo, como o os referentes ao programa de regionalização do turismo, onde o município é concebido na escala local e ao mesmo tempo na escala regional, e a lógica presente é de unificação e não de competição intra-regional.

Notaremos, ainda, que o processo de municipalização do turismo deve ser o resultado dos esforços convergentes da administração municipal, das forças empreendedoras da comunidade, das diversas representações da sociedade civil, das instituições de ensino, da cooperação intergovernamental e da compatibilidade e convergência com outros esforços similares levados a efeito pelos demais municípios da região turística. (BRASIL, 2007, p. 15)

Há uma convergência desse raciocínio do programa de regionalização do turismo com o debate efervescente da década de 1990 sobre cidade: a ideia de que o desenvolvimento local não se estabelece apenas por esforços públicos, mas que precisa de uma conjugação de esforços de diferentes escalas e atores sociais. Contudo, a literatura que caminha para a mercantilização da cidade eleva o papel da iniciativa privada como decisiva, principalmente com as parcerias público-privado. Borja e Castells (1997) e Sánchez (2010) abordam acerca do mercado de cidades, para cidades em competição, para o city marketing, para projetos locais inovadores, para a promoção das cidades, e, esse ambiente de competição é notadamente uma reprodução da lógica empresarial.

Efetivamente, esse paradigma tem sido amplamente difundido como parte de um modelo de planejamento e gestão que estimula a “competitividade entre as cidades” e a transformação das cidades em mercadoria. O modelo combina o chamado “planejamento estratégico” e a “venda das cidades” como instrumentos-chave do novo planejamento do espaço urbano orientado para o mercado. (SÁNCHEZ, 2010, p.52-53)

Reforça-se que o modelo de cidade empresarial e a competição entre cidades são questões amplas que perpassam por diferentes condições e características econômicas, porém, encaixam-se perfeitamente na explicação das cidades turísticas, um verdadeiro símbolo desse modelo que se torna dominante. As cidades turísticas disputam fluxos de turistas, investimentos privados, empreendimentos imobiliários, redes de serviços, megaeventos, durante todo o ano e mais especificamente as cidades turísticas de sol e praia acirram essa disputa na alta temporada – no verão – e nos feriados prolongados, uma disputa que também é perceptível nas agências

de viagens, no setor imobiliário, que usa a condição de cidade turística para vender imóveis seja de primeira residência ou de segunda residência e em um contexto mais recente, nos sites de viagens, sites de hotéis ou outros tipos de acomodações, clubes, boates, que colocam as ocasiões, festas, eventos, atrações no contexto da cidade turística. A escolha de onde passar o feriado ou o verão, em que evento ir, onde comprar um imóvel para ser segunda residência, passa por um bombardeio de informações e propagandas, sobretudo, passa por uma competição entre as cidades turísticas ou que envolve as cidades turísticas.

No discurso da cidade turística empreendedora a cidade deve ser obrigatoriamente protagonista para ter sucesso no mercado competitivo de cidades turísticas. As propagandas de belezas naturais, clima, história, cultura e infraestrutura cada vez mais se conectam a novas reformas, reparações, reestruturações e embelezamento do espaço, que são vistos como pontos diferenciais e atrativos, enquanto isso, a aparição na grande mídia, a exposição, o marketing, tornam-se também primordiais.

(...) Não basta renovar as cidades, é preciso vendê-las e, ao fazê-lo, vende-se a imagem da cidade renovada. “Colocar as cidades no mapa do mundo” passou a ser uma meta recorrente dos governos locais, um objetivo ordenador das “ações estratégicas” que concentram na cidade-mercadoria a possibilidade de “transcender as crises” produzidas pela reestruturação econômica e de construir um futuro de progresso e recuperação econômica sintonizado com as exigências da nova ordem mundial, de modo a viabilizar o crescimento econômico em novos parâmetros. (SÁNCHEZ, 2010, p. 50-51)

As cidades e os governos locais, nesse discurso, têm a necessidade de articulação e da projeção da propaganda da cidade a nível mundial, como uma característica marcante do novo tempo. Obviamente, que algumas cidades turísticas já possuem essa projeção anterior ao fim do século XX, contudo a possibilidade técnica e de comunicação é consideravelmente maior nesse novo contexto. O discurso passa a ser padronizado como se toda a cidade com uma gestão empresarial e com processos de reestruturação do espaço e da política conseguisse alcançar esse patamar de projeção mundial. Os exemplos de sucesso ajudam a cimentar esse discurso, mas para grande parte das cidades esse resultado final passa a ser uma miragem.

O city marketing é entendido como um “[...] mecanismo institucional de promoção e venda das cidades” (SÁNCHEZ, 1994, p. 298). Abordagens do city marketing encontram-se presentes em trabalhos que, embora se proponham a teorizar sobre o instrumento, têm, ao nosso ver, uma função mais pragmática do que reflexiva, transformando-se em verdadeiros termos de referência na forma de manuais. Nesses trabalhos, as definições estão centradas no encadeamento de vantagens dos investimentos privados, das parcerias na gestão urbana, das atividades urbanas voltadas para a demanda e da maximização da eficiência relativa aos objetivos fixados para as cidades. (SÁNCHEZ, 2010, p. 55)

A grande mídia e os grandes veículos de comunicação e informação, com um alcance cada vez maior e diversificado, são ferramentas indispensáveis para dar um maior alcance a propaganda da cidade. Nesse sentido, consideram-se tanto os momentos de divulgação e propaganda da cidade, a presença da cidade de forma positiva em noticiários, matérias, reportagens, envolvendo diretamente ou indiretamente a questão do turismo, a qualidade de vida, a riqueza histórico-cultural, as belezas naturais, e, ainda, a presença da cidade em filmes³¹, novelas, séries, eventos³² etc.

A mídia entra no processo de renovação urbana como veículo privilegiado, pois molda as representações acerca das transformações urbanas e dos lugares produzidos. Por meio dela, são produzidos signos de bem-estar e satisfação no consumo dos espaços de lazer, são criados comportamentos e estilos de vida e é promovida a valorização dos lugares, bem como os usos considerados “adequados”. (SÁNCHEZ, 2010, p.97)

As cidades protagonistas, mercantilizadas, embelezadas, reestruturadas e articuladas com a economia do turismo, dificilmente vão se tornar famosas, visitadas e consagradas como destino turístico de referência de forma orgânica, a partir de uma possível “vocação” para o turismo, quase como algo inato. Cada vez mais, as cidades turísticas de referência são fabricadas e retocadas, e o mérito do sucesso dessa exposição quase sempre está em um processo de investimentos maciços, inclusive em reportagens e matérias pagas para divulgação da cidade, além de condições especiais para a visitação e hospedagem.

3.3. O governo como protagonista.

As transformações que colocam a cidade como melhor escala de atuação, ponto central na compreensão do mundo globalizado e unidade complexa, aconteceram de forma conjunta às mudanças no governo. Os questionamentos à realidade desse contexto são feitos em blocos, e, não de forma fortuita se trata de questionamentos a partir de uma crise. A crise alimenta a reflexão e impõe a necessidade de mudanças, a crise e o discurso de crise são recorrentes no modelo capitalista. Basicamente quando tratamos da emergência do neoliberalismo em muitos lugares, que é mais um ponto desse contexto, afirmamos que em grande parte dos países que passam a adotar medidas neoliberais há uma sensação e um estado de crise, uma necessidade apelativa de mudança e que o neoliberalismo seria quase que uma panaceia. A

³¹ Reforçar-se novamente o exemplo de Tonga, que ganhou repercussão por conta do filme King Kong, e, podemos acrescentar uma série de filmes que ajudaram a criar uma imagem positiva, atrativa e convidativa de Nova York, Paris, Las Vegas, Veneza, entre outras cidades, cada uma com características ora comuns ora peculiares.

³² Os megaeventos como Olimpíadas e Copa do Mundo são atrativos para os turistas, e, a cobertura intensa em muitos países do mundo desses megaeventos estimula as pessoas a viajarem futuramente para as cidades-sedes.

inflação e o descontrole econômicos aparecerem como sintomas mais recorrentes dos países que se autoproclamam em crise profunda e que o neoliberalismo passa a ser adotado, como uma solução a partir da austeridade, em muitos casos, personificado a partir do presidente, do primeiro ministro ou do ministro da economia.

A ideia de crise parece instalada, tornando necessárias as reformas estruturais e uma visão do desenvolvimento ajustada a essas reformas. Entretanto, numa perspectiva crítica, é possível inverter essa formulação e pensar que a própria vontade política de instaurar o ajuste estrutural torna necessária a construção da representação da crise urbana. A legitimação desse contexto de ajuste “[...] possibilita a descentralização e o conjunto de reformas institucionais visando modificar em profundidade os sistemas de poder local, com o objetivo último de obter uma melhor contribuição das cidades ao desenvolvimento econômico global”. (OSMONT, 1995, apud) (SÁNCHEZ, 2010, p. 265)

A mudança da forma de governo e das políticas dos governos locais, junto à fortificação dessa escala, agrega também princípios e prioridades, que reverberam consequentemente nas escolhas políticas e na plataforma de governo. Sánchez (2010) elucida essa transformação:

Se as preocupações clássicas da década de 1970 continuam presentes até hoje – aquelas relativas ao desenvolvimento urbano para a “promoção de emprego”, da “equidade” e para a “luta contra a pobreza urbana” –, um novo campo de preocupações apareceu e modificou em profundidade as estratégias de desenvolvimento urbano a partir de 1980: o campo da gestão urbana, privilegiando a escala “local” em detrimento da “regional” e da “nacional” (SÁNCHEZ, 2010, p. 262)

Há uma crença de que a recuperação econômica deve ser prioridade, para superar a crise, e que os esforços despendidos nesse momento acontecerão a partir de sacrifícios - leia-se a partir de políticas de austeridades. As políticas de austeridade seriam um sacrifício supostamente de todos para reerguer a economia, o que na prática significou em muitos lugares o sacrifício da classe trabalhadora e dos mais pobres (nos Estados Unidos, na Europa, na América Latina e na Ásia). E, após reerguer a economia, o sucesso do país ou da cidade, dependendo da análise, significaria uma série de benefícios para todos.

Nesse encadeamento, para os países e principalmente para as grandes cidades da América Latina, já que tratamos de governos locais protagonistas, ainda é possível atrelar a busca de modelos e soluções externas como parte da solução nesse contexto. Por isso a importância dos exemplos de sucesso ou pelo menos da imagem de sucesso de alguns exemplos:

Coincidentemente, a representação da “crise urbana” e do “sentimento compartilhado de crise por parte dos atores locais” tem sido acionada exaustivamente também pelos especialistas e consultores internacionais com acentuada atuação na América Latina, particularmente os de origem catalã. Essa representação parece construir um campo político favorável ao desencadeamento de projetos que se perfilam com poderes de “reinvenção das cidades” através do chamado “planejamento estratégico” ou do city marketing. Trata-se da construção de um saber, uma das bases para os projetos de renovação urbana; esse saber também é imposto como mercadoria no mercado

mundial de consultoria urbana, em conexão com o mercado mundial de cidades. (SANCHEZ, 2010, p.264)

A colonialidade do saber se perpetua, nesse contexto adotando modelos de planejamento urbano, de reinvenção das cidades, de planejamento estratégico principalmente dos países europeus. O discurso da eficiência técnica como algo que transcendesse a política e que ao mesmo tempo anulasse as especificidades locais é um dos problemas crônicos dessa importação de modelos, observados historicamente na América Latina.

O planejamento urbano brasileiro tem um histórico de importações de modelos de cidade e de produção do espaço procedentes da Europa e utilizados no Brasil. Além desse encaixe nem sempre possível, pelo choque de realidades, a implantação de um modelo externo pode partir de uma noção autoritária de planejamento urbano e de governo, onde o planejamento e a execução de políticas urbanas estão concentrados nos planejadores e nos governos.

E, assim, planos importados e de uma produção do espaço que substitui o ético pelo estético foram historicamente adotados no Brasil, já citamos a reforma Pereira Passos, que tenta reproduzir aspectos de Paris do século XIX, a partir da Reforma de Haussmann, e também do Plano Agache, que criou projetos em várias cidades brasileiras, com o destaque para Cabo Frio, onde basicamente a dinâmica social e as especificidades locais são anuladas, por um projeto de cidade meramente estético e fixado no econômico. A grande questão é que os planos estratégicos ganharam uma grande dimensão, tornando-se referências e sendo replicados em várias cidades dos mais diferentes países.

Além de todos esses problemas, há ainda duas análises importantes: a importação de técnica e de conhecimento cria uma dependência externa, e nesse contexto mais atual se proliferou consultorias, mais ou menos rigorosas, mais ou menos atreladas aos exemplos europeus, porém, grande parte reproduzindo os mesmos discursos, estratégias e vocabulário. Vainer apresenta uma visão crítica em relação as consultorias atreladas a uma ideia de gestão empresarial da cidade:

De um lado, é praticamente total o comprometimento de agências de cooperação e instituições multilaterais em sua difusão e de seus conceitos básicos, de que são exemplos recentes: a) a publicação de alentado volume sobre a experiência de Barcelona, pela Oficina Regional para América Latina e Caribe do Programa de Gestão Urbano, constituído e financiado pela Agência Habitat das Nações Unidas, PNUD e Banco Mundial (Borja, 1995); b) a encomenda, feita pela Agência Habitat das Nações Unidas, para que Jordi Borja e Manuel Castells produzissem um documento de análise e propostas especialmente para a Conferência Habitat II (Istambul), em que retomam vários de seus trabalhos anteriores e em que apresentam, mais além de análises e propostas, verdadeiras receitas para a aplicação do modelo (Borja & Castells, 1997). De outro lado, impressiona o número crescente de cidades que, no Brasil, e na América Latina, vêm contratando os serviços de consultoria dos catalães e seus discípulos, ou utilizando seus ensinamentos. Finalmente, mais além

dos catalães, vários são os autores e planejadores e consultores internacionais que vêm aplicando conceitos e modelos muito parecidos. (VAINER, 2007, p. 77)

A cada réplica imperfeita e com elementos selecionados do modelo catalão, tornam-se perceptíveis estratégias para uma cidade cada vez mais desigual e com políticas que atende parcialmente às necessidades reais da população, justamente pela seleção dos pontos convenientes desses modelos importados. Os supostos avanços em uma gestão democrática e participativa, pressupostos presentes na proposta de Borja e Castells (1997), nem sempre recebem o tratamento prioritário.

A mercantilização da cidade, com a orientação do planejamento para o mercado, tem determinado a rápida e surpreendente substituição de outras orientações de ação planejadora, por exemplo das seguintes: o ordenamento do espaço baseado no padrão universalista de intervenção sobre o urbano, que marca o enfoque regulatório clássico; o planejamento orientado para o resgate da função social da cidade e para a busca da equidade nas condições de urbanização, que marca as políticas urbanas em fins da década de 1980 e início da de 1990, pressionadas pelos movimentos sociais por reforma urbana. (SÁNCHEZ, 2010, p. 66)

David Harvey (2005) corrobora com a ideia de uma mudança da administração pública, a partir de um cenário novo onde a cidade se torna cada vez mais relevante, onde novas perspectivas são alçadas, sobretudo, a partir da introdução de elementos empresariais no setor público. Dessa forma, o autor trata da passagem administrativismo urbano para o empreendedorismo urbano, apontando iniciativas precursoras, que já identificam a cidade como foco das políticas públicas e de desenvolvimento, e, como nova escala de interesse do mercado. Segundo o autor muitas realidades locais são transformadas com um pacote de políticas que parte de uma mudança no próprio governo. O autor cita o exemplo de Baltimore, uma cidade em crise que se ergue a partir de transformações radicais na forma de governo, obviamente que a recuperação econômica de uma cidade também tem suas limitações. E no exemplo de Baltimore o autor realça o turismo como um elemento importante da transformação da cidade. Assim como Baltimore, e, de certa forma, com mais potência e desenvoltura que a cidade americana, muitas cidades apoiam essa mudança para o empreendedorismo urbano tendo o turismo como uma atividade basilar.

Oliveira (2016) aponta que esse cenário de mudanças na administração pública está inserido na crise de acumulação do capital dos anos de 1970, com novas relações com o mercado financeiro, novas realidades na organização do mercado de trabalho, e, ainda complementa:

As administrações deixam de ter um papel de organizador dos serviços públicos e assumem cada vez mais um papel ativo na delimitação de políticas de

desenvolvimento, implicadas tanto em gerir fatores de infraestrutura produtiva quanto em produzir por meio de políticas públicas condições gerais de produção e bem estar para toda a população. (OLIVEIRA, 2016, p.4)

O mesmo autor ratifica a análise de Harvey (2005), acerca das causas e dos interesses de grande parte dessas transformações, sobretudo, da predileção sobre a escala local.

(...) Dentro da nova determinação e mobilidade espacial do capital, o velho dilema da dialética centralização – descentralização, que sempre esteve presente no debate político, alcança, agora com muita intensidade, a esfera econômica. Daí o dilema: qual escala de ação e planejamento será mais adequada ao capital? A descentralização político-territorial assume um caráter estratégico para o capital e, com isso, põe-se em um aparente antagonismo o planejamento nacional versus o planejamento local. Há aqui uma dupla questão: a de escala do planejamento e a dimensão política da gestão do território (OLIVEIRA, 2016, p.4)

No contexto brasileiro pós Constituição de 1988, Oliveira (2016) ainda aponta em o debate sobre o grau de autonomia e responsabilidades dos entes municipais, da capacidade de gestão e de arrecadação, para ofertar com qualidade os serviços públicos e cumprir as atribuições. A cidade como protagonista pode ser uma grande armadilha para as cidades brasileiras com histórico de grande desigualdade socioespacial, de governos autoritários, de carência de infraestrutura e serviços básicos, de governos locais com receitas baixas ou que oscilam, mais uma vez refletindo a complexidade da importação de modelos de países desenvolvidos, que apresentam condições totalmente diferentes seja na atualidade ou enquanto histórico.

3.4. A gestão empresarial da cidade-mercadoria

Há uma mudança drástica nos rumos da administração pública, que se torna gestão, com viés empresarial, potencializando a acumulação e reprodução do capital, beneficiando quase sempre específicas frações do capital e de classe. Algumas transformações atingem as classes mais pobres, de forma direta ou como desdobramento, todavia políticas segregacionistas ganham cada vez mais força, logo muitas transformações espaciais estão atreladas a uma perspectiva estética, e, a ética e ótica do capital. Dardot e Laval (2016) chamam de “governo empresarial”, já que a lógica de mercado invade o setor público, e a função social intrínseco ao setor público passa a ser secundarizada, o que será um grande problema.

Os valores econômicos e estéticos das cidades passam a ser o foco das políticas públicas, seja para abrir espaço para diferentes frações de capitais atuarem ou para vender essa marca enquanto cidade turística, e, em muitos casos, os dois pontos se complementam. A cidade

atrativa para o investimento privado significa uma preocupação em atender necessidades do capital, no caso de cidades turísticas sob o domínio do turismo de sol e praia pode significar, por exemplo: remover população pobre ou conter a expansão da urbanização para espaços de interesse de grandes empreendimentos, alterar o plano diretor para atender necessidades de novas construções, construir novas estradas, praças e espaços de eventos, entre outras ações.

A discussão não restringe a função de um governo local, mas as funções do Estado, o próprio contexto de domínio do neoliberalismo fortalece a discussões e transformações mais profundas:

A principal crítica que se faz ao Estado é sua *falta global de eficácia e produtividade* no âmbito das novas exigências impostas pela globalização: ele custa caro demais em comparação com as vantagens que oferece à coletividade e põe entraves à competitividade da economia. É, portanto, a uma análise econômica que se deseja submeter a ação pública para discriminar não apenas as *agendas* e as *não agendas*, mas a própria maneira de realizar as *agendas*. Esse é o objetivo da linha do “Estado eficaz”, ou do “Estado gerencial”, tal como este começa a se construir a partir dos anos 1980. (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 274)

A compreensão que o neoliberalismo não descarta o Estado, e, sim precisa de um Estado aplicado às necessidades do mercado é fundamental. A própria ideia de eficiência e produtividade estão vinculados não só a economia, mas as necessidades econômicas da classe dominante.

O *management* apresenta-se como modo de gestão “genérico”, válido para todos os domínios, como uma atividade puramente instrumental e formal, transponível para todo o setor público. Essa mutação empresarial não visa apenas a aumentar a eficácia e a reduzir os custos da ação pública; ela subverte radicalmente os fundamentos modernos da democracia, isto é, o reconhecimento de direitos sociais ligados ao status de cidadão. (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 275)

A ideia de otimização é aplicada a esse novo contexto, justamente por cortar não só arestas do setor público, mas atingir frontalmente aspectos de relevância na lógica de mercado. A otimização significa em muitos casos redução com graves consequências, junto ao remanejamento de verbas para outros setores. E, nitidamente, o consumidor é colocado à frente do cidadão, com implicações diretas quando transportamos para a análise da cidade e do direito à cidade.

Dardot e Laval (2016) são bem precisos na interpretação dessa mudança de valores do Estado, que deve ser concebida como uma nova racionalidade. A racionalidade de mercado para os autores invade o Estado, toma os governos locais e se estende aos sujeitos, criando sujeitos neoliberais. Uma transformação desse porte precisa de aceitação e de poucas resistências, ou pelo menos de resistências que possam ser superadas, logo o envolvimento de grande parte da população nesse discurso é de fundamental importância, para forjar um consenso. Há um processo de crítica ao Estado de bem-estar social, garantidor de direitos e com

uma função social central até o Estado neoliberal, de racionalidade de mercado, com governos empresariais.

Assim, a instituição do mercado regido pela concorrência – construção desejada e apoiada pelo Estado – foi fortalecida e prolongada por uma orientação que consistiu em “importar” as regras de funcionamento do mercado concorrencial para o setor público, no sentido mais amplo, até que o exercício do poder governamental fosse pensado de acordo com a racionalidade da empresa. Podemos perceber que a expressão “mercado institucional” tornou-se particularmente ambígua com o passar do tempo: não se tratava mais apenas de uma instituição política do mercado, mas, por inversão, de uma *mercadorização da instituição pública* obrigada a funcionar de acordo com as regras empresariais. (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 275)

A parcerias público-privada se amplia e se torna quase como regra para o sucesso de um governo empresarial. Porém, como os próprios autores sinalizam as parcerias ocorrem em muitos casos a partir das regras empresariais, o que significa que a possibilidade de lucro intensivo está à frente da demanda e função social. A promessa de eficiência e de qualidade, discursos recorrentes em processos de privatização e de concessões de serviços também se reproduzem como discurso oficial do Estado eficiente e desprovido de muitas competências e responsabilidades. A competição no setor privado em uma economia de monopólios e oligopólios, com isenções e privilégios particulares e restritos, rompe com os próprios ideais sustentados por Hayek (2010) e outros autores da linha liberal e neoliberal.

Assim, essa nova racionalidade do Estado é somada a toda proeminência da cidade como lócus da ação política, como escala favorável e como laboratório do neoliberalismo:

A tentativa de difusão desse modelo de ação nas cidades parece ser o que explica mudanças fundamentais observadas a partir de finais da década de 1980 quanto à doutrina e quanto aos tipos de projetos implementados, orientados para um ajuste dos mecanismos institucionais e financeiros da gestão urbana. Verifica-se, nesse período, a emergência de projetos de “desenvolvimento municipal” por meio das descentralizações política, administrativa e orçamentária e do estímulo à construção de parcerias e à gestão do desenvolvimento negociadas com as empresas bases para a construção retórica e política da representação da cidade e da sua gestão como se fosse uma empresa. (SÁNCHEZ, 2010, p. 267)

A autora completa:

Nessa época de empresariamento das cidades, as articulações de poder entre Estado e as empresas, antes veladas e hoje publicamente promovidas, transformam essas empresas em entidades políticas com legitimidade capaz de validar seu crescente grau de influência nas políticas públicas. Essa influência é tornada visível por meio da análise do papel dos empresários na defesa de seus interesses no planejamento estratégico e também por meio da explicação dos processos de reorganização dos diferentes mercados que se beneficiam diretamente da transformação da cidade em mercadoria. As empresas transnacionais reconhecem, na cidade-mercadoria, recursos

logísticos e tecnológicos junto aos demais atributos considerados positivos e valorizados nas escolhas locacionais. (SÁNCHEZ, p.35-36)

Dessa forma, a relação entre Estado e empresas se torna vital, na conjuntura destacada, como um artifício central para a consolidação dos governos empresariais. E de fato, ocorre em muitos casos a individualização do poder, a personificação da gestão moderna, na figura do governante local. Os governos locais querem cada vez mais recursos financeiros e autonomia, ao invés de seguir meramente as obrigações de governos estaduais ou nacionais, já que o controle de recursos e um volume alto de recursos serviriam para os governos locais promoverem seus próprios projetos de desenvolvimento local, com conexões regionais, nacionais e internacionais. (BORJA; CASTELLS, 1997)

Segundo Borja e Castells essa “gestão empresarial” dos serviços e atividades públicas se daria a partir de diferentes modelos, adaptados a diversas questões, justamente para promover a máxima eficiência econômica e a transparência social. Esse novo modelo de administração pública, tomado por ideais empresariais, na visão dos autores, necessita de elementos inovadores e de múltiplas relações, contando com as parcerias de diferentes agentes produtores do espaço, e, deve fundamentalmente, superar o modelo tradicional de administração.

Se “a racionalidade neoliberal” está diretamente atrelada a uma visão empresarial, conclui-se que o econômico está a frente de outros aspectos ou até mesmo os outros aspectos estão diretamente relacionados com o econômico. Na cidade turística esse raciocínio se aplica quando elementos da cultura e da história são realçados e combinados a uma política de turismo, por se tratar de elementos potencialmente lucrativos. Ao mesmo tempo, pode acontecer de outros elementos da cultura e história serem escamoteados pelo entendimento de não ter a potência comercial.

Ajustar o espaço urbano, a história, a cultura, reorganizar o espaço, inclusive com remoções, com a produção de infraestruturas, espaços e embelezamento de fragmentos do espaço se encaixam no modo de pensar e no padrão da cidade mercadoria.

O city marketing se torna uma política de muitos governos, principalmente na década de 1990 e de governos de cidades turísticas. Projetar e comercializar a cidade não são elementos novos, as novidades estão na escala de alcance internacional, apoiando-se na evolução da comunicação, da informação e tecnologia; no desenvolvimento do turismo e da criação de novas modalidades; no avanço da urbanização e de cidades cada vez mais com infraestruturas; no crescimento do lazer enquanto necessidade, junto ao desenvolvimento do transporte; das novas formas de vender e comprar esses novos “produtos”.

Esse aparente intangível que é a “cidade-modelo” se trata, em essência, de uma imagem construída, uma marca, uma estratégia a mais na elaboração de uma imagem de cidade inserida no plano internacional. Em outras palavras, “[...] a construção de uma cidade modelo é, por si mesma, uma estratégia de internacionalidade.” (SÁNCHEZ, 2010, p. 279)

Gradativamente, temos as propagandas das cidades, emitidas pelo governo municipal, por empreendimentos e serviços privados, contendo uma base material e uma série de imagens, exageros e fantasias. O compromisso com uma propaganda mais atrativa e conseqüentemente com o lucro, a partir do fluxo maior de turistas, de moradores temporários, de novos empreendimentos e investimentos, é maior do que o compromisso com a realidade e veracidade dos fatos, assim como a gestão empresarial está mais comprometida com o progresso econômico, que em muitos casos significa o sucesso de uma minoria pertencente a frações específicas do capital, do que o compromisso com a justiça social, com o direito à cidade e com um governo que alcance diferentes frações de classe.

3.5 A construção do consenso e o espaço de festas como estratégia.

Harvey (2005), Borja e Castells (1997), Sánchez (2010), entre outros, tratam acerca da construção do consenso nesse cenário de gestão empresarial e cidade-mercadoria. Esse é um dos grandes desafios na produção e manutenção do projeto de cidade, e, de fato, algumas questões aparecem como centrais: [I] como garantir o consenso em uma cidade que é produzida de forma desigual e portando apresenta diferentes estágios e necessidades? [II] Se a cidade está cada vez mais vinculada a uma produção para fins econômicos com o sucesso de uma pequena fração de classe, como convencer a grande parte da sociedade, que não usufrui do retorno econômico, a apoiar esse projeto de cidade?

Primeiramente, é importante reforçar a ideia de que há uma crise, uma sensação de crise ou um discurso de crise, que se instala nas cidades, e, que impõe uma série de mudanças. A busca por uma cidade empreendedora aparece quase como uma panaceia, e, de fato, irá atingir uma série de cidades, a partir de governos de diferentes linhas políticas, já que a cidade empreendedora não se anuncia publicamente como uma condição de uma linha política específica, apesar do diálogo intenso com propostas (neo)liberais. A produção do discurso que as mudanças na concepção de governo e cidade se juntam as transformações materiais e a formulação de um produto-cidade é vendida internacionalmente. Portanto, a narrativa se torna fundamental para tornar a cidade atrativa para o turista e convincente enquanto projeto para o morador, novamente se recorre a ideia de que o crescimento econômico irá trazer inúmeros benefícios e conseqüências para a sociedade.

Segundo Harvey:

Nenhum modo de pensamento se torna dominante sem propor um aparato conceitual que mobilize nossas sensações e nossos instintos, nossos valores e nossos desejos, assim como as possibilidades inerentes ao mundo social que habitamos. Se bem-sucedido, esse aparato conceitual se incorpora a tal ponto o senso comum que passa a ser tido por certo e livre de questionamento. (HARVEY, 2011, p. 15)

O autor está tratando de neoliberalismo, contudo fatalmente poderia estar analisando as cidades-modelos/internacionais/mercadorias, principalmente as cidades turísticas. É preciso que a população aceite e apoie o projeto de cidade antes, concomitante e depois desse projeto ser vendido. O mesmo Harvey (2005) ao tratar das mudanças na lógica, nas políticas, nas prioridades e na ação no espaço, que segundo o autor acontecem antes da década de 1990, assume que nas últimas três décadas esse processo ganha amplitude, tornando-se quase um consenso ou pelo menos uma meta de muitos governos locais.

(...) É sintomático da reorientação das posturas das governanças urbanas adotadas nas últimas duas décadas nos países capitalistas avançados. Em outras palavras, a abordagem “administrativa”, tão características da década de 1960, deu lugar a formas de ação iniciadoras e “empreendedoras” nas décadas de 1970 e 1980. Nos anos recentes, em particular, parece haver um consenso geral emergindo em todo o mundo capitalista avançado: os benefícios positivos são obtidos pelas cidades que adotam uma postura empreendedora em relação ao desenvolvimento econômico. Digno de nota é que esse consenso, aparentemente, difunde-se nas fronteiras nacionais e mesmo nos partidos políticos e nas ideologias. (HARVEY, 2005, p. 167)

É interessante perceber como conceitos e propostas que operam em linhas gerais, que são pretensiosamente despretensiosas, que aparecem como agregadoras, desvinculadas aparentemente da política e de conflitos conseguem sucesso, nesse mesmo contexto é possível ainda cita o desenvolvimento sustentável³³. Contudo, somada a esses elementos, há uma intensa propaganda dos fatores positivos dessa reorientação das políticas urbanas, um papel central do poder público e interesses de frações de capitais, tanto da indústria da construção e reformas urbanas, quanto do mercado imobiliário, do turismo, do setor de serviços, entre outros (com a articulação e complementariedade em muitos casos dessas frações do capital).

Sánchez (2010) aponta que a construção do consenso gira em torno de um projeto de cidade que está atrelado aos interesses de mercado. Pode-se ainda estender a crítica, ao afirmar que o projeto de cidade está atrelado a uma concepção que favorece a grandes empresas e não todas as empresas. Assim, a lógica empresarial da cidade, pelo menos nos grandes projetos e exemplos, como Barcelona, Curitiba, Rio de Janeiro, entre outros, não há uma pretensão de criar um projeto de cidade a partir de pequenas e médias empresas. O projeto de cidade erguido

³³ Consultar OLIVEIRA (2006, 2019), que faz uma crítica a concepção de desenvolvimento sustentável enquanto um discurso que busca o consenso, conciliador e que não ataca com primazia o cerne da problemática ambiental.

não se torna apenas uma mercadoria internacional, mas acaba sendo também dominado por interesses e empresas internacionais.

Para os atores dominantes dos projetos de “reinvenção dos lugares”, do planejamento estratégico e do city marketing, as condições de sucesso dessa “reinvenção” dependem largamente de um amplo consenso social construído em torno dos projetos. Ora, essa orientação estratégica tende a silenciar projetos e atores divergentes e a construir uma aparente paz social sob a égide do empresariamento da cidade. Assim, a recondução da leitura dos problemas da cidade e das alternativas que vêm sendo legitimadas parece estar orientada para a despolitização da cidade e dos seus cidadãos. Projetos políticos em torno da “cidade-mercadoria” transformam a esfera política local em espaço do exercício de um projeto empresarial. Desse modo, é difícil encontrar neles qualquer identidade com o entendimento da cidade como espaço da política, do conflito e da construção da cidadania. (SÁNCHEZ, 2010, p. 67)

Essa análise de Sánchez nos ajuda a entender justamente como há um aparente consenso em torno do projeto novo de cidade voltado à lógica de mercado. A produção e divulgação de uma narrativa dominante, reforçada inúmeras vezes para dentro e para fora da cidade e do país. Com todos os recursos tecnológicos e de comunicação em crescente expansão nas décadas de 1980-90, consolida versão de cidade. Não há falta de conflitos, há uma ocultação dos conflitos nas cidades-empresariais, cidades-mercadorias, cidades-modelo.

As consultorias que apresentam as “fórmulas” e caminhos para alcançar as cidades-modelos se espalham rapidamente pelo mundo. É possível já alinhar o projeto de cidade teórico, com interesses perspectivas, com prioridades, inclusive, com a certeza de benefícios para algumas frações do capital, com a estruturação de parcerias público-privadas e com algumas consequências sociais, econômicas e espaciais identificadas.

Segundo Castells e Borja (1997), o planejamento estratégico possui etapas importantes, que são condições indispensáveis. O primeiro ponto é a mobilização dos atores urbanos, públicos e privados, com ações concretas, para testar a viabilidade do plano e garantir a possibilidade de participação desses diferentes atores urbanos. Dessa forma, o planejamento estratégico começa a ter maior segurança para construir um consenso entre os cidadãos, que se desdobra em um vínculo cada vez maior com a cidade. O segundo ponto é a promoção interna e externa da cidade, que é uma resposta a uma sensação de crise. Portanto, a cidade precisa construir sua imagem, principalmente no exterior, para se promover e promover o planejamento estratégico. O terceiro ponto é uma reforma política radical, que deve se centrar nas competências, na organização e nos mecanismos de atuação do governo local. Assim, o governo local deve ser capaz de oferecer respostas e ser líder de um projeto de cidade que supere os desafios urbanos.

Obviamente que os projetos apresentados também serão ajustados para se tornarem aceitos, dentro da perspectiva da construção do consenso abordada por Borja e Castells (1997), nesse caso o projeto precisa ser comercial, rentável e socialmente apoiado. Logo:

“A mercadotecniada cidade, vender a cidade, converteu-se [...] em uma das funções básicas dos governos locais” (BORJA; DE FORN, 1996, p. 33). De fato, os governos municipais estão cada vez mais preocupados em transformar a cidade em imagem publicitária. Com tal objetivo, seus governantes assemelham-se à figura do caixeiro-viajante, abrindo catálogos de venda de seu produto-cidade. (SÁNCHEZ, 2010, p. 57)

Há dois movimentos na verdade, a do caixeiro-viajante, como descrito por Sánchez, onde governos municipais levam o seu produto mais valioso, a cidade, para apresentar em vários países na busca por investimentos e por novos fluxos de turistas, e, ao mesmo tempo, há um processo onde os mesmos governos locais, na figura do prefeito ou de equipes, tornam-se turistas, na busca de conhecer referências de cidades turísticas pelo mundo, de copiar exemplos de produção do espaço, de espaços turísticos, de eventos, entre outros pontos. Não ocorre de forma fortuita a repetição de espaços turísticos, de objetos turísticos, de orlas de praias, de atrações e eventos, nas cidades turísticas brasileiras, ao mesmo tempo, que há uma referência europeia e norte-americana muito forte, tanto no Brasil, quanto em muitas cidades do mundo. Dubai, por exemplo, é uma cidade que teve um crescimento astronômico recente, nesse contexto da década de 1990, por conta do descobrimento e da exploração de petróleo. A cidade que se ergue no deserto, cresce com um forte potencial turístico, tendo referências dos EUA na construção de um parque de diversões assemelhado a Disney, aparenta características da Europa do mediterrâneo em algumas construções, e, ainda, baseia-se em exemplos do passado e também apresenta tendências futuristas, obviamente, que o contexto de mundo globalizado impulsiona cidades turísticas com múltiplas influências.

O marketing se impõe como ferramenta crucial, cimentando o consenso mesmo que forjado internamente, e projetando a cidade para todo o mundo. A cidade turística vendida além de muitas vezes representar belezas naturais, de praias até montanhas, do calor ao frio, pode representar também história, cultura, e, sobretudo, aparenta qualidade de vida, com um povo feliz e hospitaleiro, apto a receber o turista.

Nas cidades-espetáculo, as políticas de marketing procuram fixar hábitos sociais nos espaços renovados e reforçam a tendência ao consumo de serviços, eventos recreativos e circuitos culturais. Tanto para os cidadãos quanto para os turistas, a experiência da cidade é mediada pelo consumo de imagens, uma justaposição de espaços-síntese, consagrados e designados como os espaços mais eloquentes de uma nova maneira de “fazer cidade” e de “viver na cidade”. Nessas imagens, há um mundo de aparências que descortina um catálogo de novas edificações, espaços revitalizados, festas e eventos tornados emblemáticos da época presente, oportunidades

excepcionais de promoção das cidades e de aproveitamento estratégico para a reestruturação econômica.(SÁNCHEZ, 2010, p. 37)

3.6 Cabo Frio turística a partir de 1997: A cidade-mercadoria e a desigualdade socioespacial escancarada.

Muitas cidades brasileiras a partir da década de 1990 se enquadram nessa perspectiva apontada anteriormente, cidades que são mercantilizadas, espetacularizadas, reestruturadas, que tentam reproduzir exemplos de cidades-modelos, que se transformam para se enquadrar na lógica do mercado de cidades turísticas. A cidade de Cabo Frio, como apontado no capítulo anterior, vem em um crescimento significativo no setor de turismo e no setor de serviços na segunda metade do século XX, principalmente os atrelados ao turismo, junto ainda ao crescimento de imóveis, muitos já destinados para aluguel de temporada e segunda moradia. O turismo passa a ser cada vez mais uma atividade econômica central para a cidade, mesmo com o desequilíbrio constante e considerável entre a baixa temporada e a alta temporada, e, ainda, passa ser um fenômeno social central, já que a cidade é identificada como turística, a dinâmica do cotidiano na alta temporada é alterada radicalmente, a dinâmica de vida dos moradores é alterada completamente, e, muitos moradores se tornam ou são trabalhadores do turismo.

O contexto apresentado de mudanças na posição da cidade, na dinâmica da produção do espaço, na mudança de governo, e, sobretudo, na gestão empresarial da cidade-mercadoria, encaixam-se perfeitamente na compreensão de Cabo Frio no contexto de 1997-2013, contudo há elementos predecessores que são reforçados, acelerados e incrementados nesse período destacado. É interessante perceber como a propaganda da cidade enquanto espaço turístico já acontece nas décadas de 1960 e 1970, pelo entendimento que projetar a cidade nos jornais e revistas de circulação nacional, especializados em turismo ou não, seria de fundamental importância para o sucesso da cidade turística de Cabo Frio.

Christóvão (2011) faz uma importante análise sobre as propagandas como instrumentos de afirmação de Cabo Frio como uma cidade turística, mostrando as diversas aparições da cidade na década de 1960 em revistas de turismo, algumas de circulação nacional, no Jornal do Brasil, O Globo, O Cruzeiro, Manchete e Fatos & Fotos, etc. No Guia Turístico Nacional, de 1973, decretado como o ano do turismo, Cabo Frio aparecia 28 das 31 páginas do livreto, e, nas décadas seguintes a imagem de praia e sol será reforçada por inúmeras publicações. Destacamos também, em 1971, uma reportagem do jornal Correio da Manhã, do Rio de Janeiro, que tinha como chamada principal do II caderno do Estado do Rio: “Cabo Frio cresce com sal e turismo”, o que mostra ainda a importância da atividade salineira já consagrada e a emersão do turismo, todavia, a manchete mostra a simultaneidade harmônica das atividades, escondendo o intenso conflito. Em 1974, uma reportagem do jornal O Globo estampava “Cabo Frio, uma opção a gosto carioca”, afirmando que fora do período de carnaval Cabo Frio se transforma em uma pacata cidade, com exuberante beleza, com algumas construções no estilo colonial, sendo uma das mais antigas

cidades brasileiras. Com mais de 28 hotéis o carioca pode conseguir um preço da diária mais barato na baixa temporada, com destaque para o hotel Malibu, o Hotel Acapulco, Hotel Cabo Frio Sol, para as dunas e a caça submarina. (RAMÃO, 2015, 109)

Essas ações de divulgação e promoção da cidade estão ainda desconectadas de uma política mais aprimorada, de um governo municipal totalmente reconfigurado e com recursos para investimentos em infraestrutura. Porém, é um ensaio importante, pois essas ações de marketing e essas reportagens diversas ajudam na propaganda da cidade, que apresenta fluxo crescente de turistas, mesmo que concentrado no fluxo da região metropolitana do Rio de Janeiro e de cidades de Minas Gerais. O período de 1997 até 2013 terá aspectos diferentes, fundamentalmente de ações publicitárias e da construção de um produto Cabo Frio apoiados em um processo de reestruturação do espaço urbano da cidade, concentrado no circuito turístico da praia do forte até o Boulevard Canal, com uma receita vultosa, com o discurso do governo municipal alinhado diretamente as novas concepções de cidade em ebulição nesse contexto e com a possibilidade de expansão instantânea das propagandas pela televisão e internet.

A emersão de um governo municipal com viés empresarial acontece com a vitória Alair Corrêa (prefeito) e Marcos Mendes (vice prefeito) do PSDB, que anunciam uma nova cidade durante a campanha de 1996, uma cidade voltada ao turismo e a modernidade, que receberia diversas obras, que seria basicamente um produto a ser vendido com êxito em todo o Brasil e internacionalmente. A campanha denunciava a pouca infraestrutura presente nos bairros da cidade, o descaso público com os principais pontos turísticos, utilizando-se de imagens e vídeos, com grande preocupação com o marketing, diferente da campanha do adversário Paulo Massa (PDT), apoiado pelo então prefeito José Bonifácio, como afirma COX (2009).

A vitória desses candidatos significa a exacerbação do city marketing, do modelo de cidade turística territorial, que divide a cidade no que é turístico e deve ser vendido e o que não é turístico e deve ser ofuscado, do modelo empresarial de gestão, da natureza mercantilizada, da produção do espaço vinculada diretamente aos incorporadores imobiliários, que não estavam apenas articulados, mas faziam parte do governo, em um contexto onde o neoliberalismo era dominante em muitos países do mundo, incluindo o Brasil com o governo do PSDB de Fernando Henrique Cardoso, logo, governo empresarial não estava presente apenas em aspectos, mas agora por completo.

O segundo aspecto é *o aumento vertiginoso da receita de royalties do petróleo*, com a nova lei do petróleo de 1997, que amplia as formas de recebimento, e, conseqüentemente, os valores, (o que chegará a cifras ainda maiores a partir do ano 2000), o que transformará

completamente a situação financeira da cidade, colocando-a em um novo patamar. O processo gradativo de décadas anteriores de incorporação da lógica da cidade turística para favorecer a acumulação do capital, como algo representativo do progresso, do desenvolvimento, do novo, foi fundamental para a eleição de 1996, e, para vitória da chapa de Alair Corrêa e Marcos Mendes, que simplesmente irão acelerar esse processo, reestruturando o espaço urbano, tendo o recebimento de altos valores dos royalties como financiador.

Os royalties irão financiar o projeto de reestruturação espacial de uma nova cidade, com pavimentação de ruas, urbanização de bairros, reformas sucessivas na orla da Praia do Forte, construção do Boulevard Canal, do Gamboa Shopping, Praça das Águas, Praça da Cidadania, entre outras grandes obras que demonstram um novo patamar para a cidade de Cabo Frio, e, sobretudo, significa, um projeto de poder, já que de 1997 até 2017 a cidade teve apenas dois prefeitos, Alair Correa e Marcos Mendes, inicialmente juntos como prefeito e vice prefeito, aliados na eleição de Marcos Mendes, e, posteriormente, rivais, inclusive disputando eleições, o que mostra como o pensamento construído pelo grupo político foi fundamental para controlar o poder e no máximo polarizar em duas candidaturas as eleições municipais.

Dessa forma, ampliam-se as diferenças entre os espaços da cidade de Cabo Frio: os espaços inclusos no circuito turístico são renovados, reestruturados e embelezados inúmeras vezes, ganham infraestrutura, segurança, apresentam serviços públicos de qualidade e com eficiência, como a presença da guarda municipal, da limpeza de rua, fiscalização de postura, entre outros serviços e agentes, e, conseqüentemente, tem o valor do metro quadrado elevado, com a disputa do espaço por frações de capital, seja a rede hoteleira, condomínios residenciais, setor de serviços como bares e restaurantes, expulsando sistematicamente os moradores mais pobres, em alguns casos, com o auxílio do poder público.

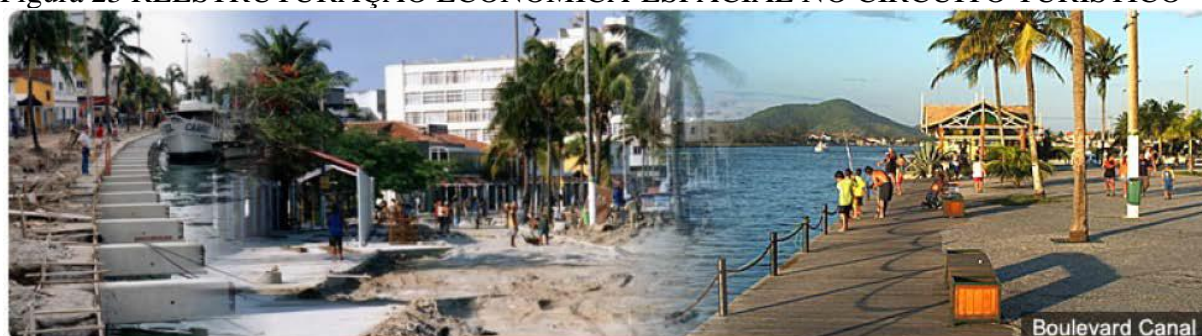
Sánchez (2010) aponta para as desigualdades nas cidades-modelos, fatalmente análogas as cidades turísticas:

(...) Esses espaços se expressam mediante a crescente segregação/distinção espacial desses segmentos e mediante processos de “gentrificação” das chamadas áreas de renovação urbana; que são a própria condensação dos novos valores culturais junto à economia de mercado, repetição em série de modelos tidos como bem-sucedidos. (SÁNCHEZ, 2010, p. 61)

A ideia de gentrificação dos espaços nas cidades turísticas, principalmente nas cidades litorâneas brasileiras, ocorre muitas vezes com a transformação de espaços dominados pela pesca artesanal e outras atividades locais em espaços dominados por comunidades e grupos periféricos. Na cidade de Cabo Frio é exemplar a transformação do circuito turístico da Praia do Forte, espaço recusado pelo processo de urbanização até a década de 1960, do bairro

Passagem – bairro histórico dominado por pescadores, onde há a igreja de São Benedito, construída e frequentada por escravos no início do século XVIII, e ainda é possível considerar diversos espaços na beira do Canal do Itajuru (no sentido do bairro Praia do Siqueira), que passam a ser dominados por condomínios e casas de luxo.

Figura 23 REESTRUTURAÇÃO ECONÔMICA-ESPACIAL NO CIRCUITO TURÍSTICO





Fonte: RAMÃO, 2015.

Neste cenário de disputa políticas mas um só modelo de administração, houve constantemente a atualização da imagem da cidade, com a Prefeitura Municipal investindo, em diferentes momentos, na criação de slogans como “*Cabo Frio: A cidade mais limpa do Brasil*”, “*Cabo Frio: Cidade abençoada por Deus*” e “*Cabo Frio: A cidade para o cidadão*”. (...) Assim, a construção de um suposto modelo ideal de qualidade de vida se consolidou como uma característica comum das cidades turísticas por todo o mundo. A promoção dessa imagem, pelo poder público e pelo mercado imobiliário, é algo fundamental para a concretização deste tipo de atividade econômica e para a atração de grandes fluxos de consumidores destes espaços. O interesse da criação dessa imagem objetiva a comercialização do espaço, que exige uma imagem que nem sempre é fiel à sua realidade concreta. (...) Por fim, o investimento em eventos na cidade acaba por ser a coroação deste processo de construção simbólica do lazer no city marketing. A cidade de Cabo Frio esboçou um vasto calendário de festas e atividades diversas, que incluía desde torneios de modalidades esportivas náuticas, desfiles de moda, festas de dança ou temáticas aos tradicionais shows musicais durante o Carnaval, Semana Santa e Réveillon. A propaganda efetiva das administrações municipais de Cabo Frio permitiu incluir a cidade como em roteiros cada vez mais comuns para visitas de grandes transatlânticos, que passaram a fazer parte da paisagem durante a alta estação. (OLIVEIRA, RAMÃO, MASCARENHAS, 2020, p. 22-23)

A gestão político-empresarial na cidade de Cabo Frio ainda apresenta vários indícios de autoritarismo, práticas coronelistas e problemas com a justiça, um dos efeitos da corrupção alastrada em vários lugares do Brasil que permanece em parte impune, e, do poder concedido aos prefeitos, principalmente após a constituição de 1988, onde muitos são responsáveis por grandes receitas, e, posicionam-se como donos das cidades, em um cenário com medidas de fiscalização e de punição que ainda merecem ser aprimoradas. Esse projeto de cidade erguido a partir de 1997 apresenta uma relação umbilical com uma parte do setor privado, destacadamente: a indústria da construção, o mercado imobiliário, e uma série de serviços controlados pela classe dominante da cidade ou com origem em outras cidades, que se beneficiam de políticas públicas, de reformas urbanas, infraestrutura, segurança etc. Oliveira

(2016) aponta a relação entre cidade e receitas, tanto de repasses, quanto procedentes da economia do petróleo e dos royalties.

O crescimento das receitas orçamentárias dos municípios denotam dois movimentos simultâneos: o aumento das transferências intergovernamentais, a título de repasses de impostos e tributos arrecadados pelos governos federal e estadual, que refletem o aumento expressivo do PIB nacional e os repasses à título de royalties aos municípios denominados como “produtores” e, em menor escala, os royalties devido a todos os municípios que tem alguma atividade relacionada à atividade extrativista, como redes de gasoduto ou oleoduto.(OLIVEIRA, 2016, p. 49)

A Lei do petróleo já citada, acentua de forma absurda as disparidades econômicas entre os municípios do Rio de Janeiro, privilegiando por longos anos os municípios diretamente ligados a exploração do petróleo na Bacia de Campos, tanto os pertencentes à economia do petróleo, com indústrias e serviços ligados ao setor, quanto os pertencentes à economia dos royalties, distinção feita por PESSANHA (2015). As vultosas quantias recebidas por Cabo Frio procedentes dos royalties do petróleo são gastas além de uma forma concentrada, sem uma discussão democrática com a população, sem um estudo técnico aprofundado sobre as principais necessidades do município, sem a distribuição geográfica do recurso e dos investimentos.

Apenas a título de exemplo, caso utilizarmos a regionalização da região Costa do Sol estabelecida pelo governo e com acréscimo de cidades em relação à Região dos Lagos, as diferenças orçamentárias, em grande parte devido ao recebimento de royalties, criam um forte desequilíbrio entre as cidades, que também tem no turismo um reflexo nítido. Cabo Frio e Rio das Ostras por terem receitas maiores, no intervalo de 1997-2013, conseguiram promover eventos de alto custo, por vários anos seguidos, como as festas de réveillon, festivais de música, como o Rio das Ostras Jazz & Blues, e, a Festa Portuguesa em Cabo Frio; conseguiram promover obras, no caso de Cabo Frio sucessivas obras no circuito turístico, e obras como asfaltamento, de saneamento básico e construção de praças, entre outras obras, fora do circuito turístico, porém sem grandes valores envolvidos, em menor quantidade e sem reformas periódicas necessárias.

Cabo Frio já apresentava um protagonismo econômico na região, com o acúmulo de anos com receitas bilionários a cada mandato isso significou uma distância maior para os municípios vizinhos. Uma das questões centrais, que reforçamos, é que essa mudança no padrão das receitas não foi transferida em qualidade de vida para a população.

Não obstante, embora o município de Cabo Frio possua um dos maiores valores do PIB per capita e níveis de desenvolvimento (IDH-M), a distribuição de riqueza é desigual. O município registrou um dos maiores percentuais de pobres (27,4%) entre os anos de 2010 e 2011. O município apresenta a maior desigualdade de renda com

GINI de 0,560 (82º no ranking estadual), seguido de Iguaba Grande (0,559). (BORGES, 2016, p.135)

Ser uma das cidades mais desiguais em um estado com situações nítidas e históricas de desigualdade, tendo como referências a cidade do Rio de Janeiro, onde o bairro de elite e a favela são limítrofes e recorrentes em grande parte da cidade, ou de cidades da baixada fluminense, com alto índice de pobreza, e, também de desigualdade, é emblemático para avaliar a cidade de Cabo Frio, o projeto de turismo que atravessou décadas, e, o impacto da gestão político-empresarial, mesmo sabendo das limitações dos dados. É importante destacar que esse índice alarmante entre 2010 e 2011, pertence a um quadro já presente no ano 2000, que Cabo Frio já está em uma condição de ser uma das cidades mais desiguais do estado do Rio de Janeiro, e, ao mesmo tempo, é diferente em 1991, onde a cidade pertence a um grupo intermediário.

Os espaços pobres de Cabo Frio estão majoritariamente separados do circuito turístico pela Ponte Feliciano Sodré, contudo, há enclaves de pobreza que ainda resistem no interior do circuito turístico, como o Bairro Buraco do Boi e Favela do Lido, escondidos nas proximidades da Praia do Forte, e, ainda bairros próximos como o Morubá, Itajuru e o Manoel Corrêa. O processo de desenvolvimento geográfico e desigual de Cabo Frio é mais complexo do que a aparência de duas cidades, uma antes e outra depois da ponte Feliciano Sodré, até porque como reforçamos a mão-de-obra desses espaços é fundamental para a manutenção do circuito turístico. A falta de infraestrutura, de investimentos, o acúmulo de problemas sociais e econômicos, a violência, são problemas que se acumulam nesses espaços mais pobres de Cabo Frio, e reafirmam as consequências de um modelo que funciona a partir da concentração de investimentos, de ações e presença do Estado no circuito turístico.

Figura 24 OS ESPAÇOS INVISIBILIZADOS DE CABO FRIO



Legenda: À esquerda Boca do Mato, Tamoios e Manoel Corrêa, respectivamente; à direita Jacaré, Jardim Esperança e Buraco do Boi.

Fonte: Mosaico feito pelo autor (2022) a partir de imagens do G1.com e Folha dos Lagos

Esses espaços também apresentam grande vulnerabilidade, com moradias extremamente precárias, com problemas recorrentes de enchentes, com carência de serviços públicos, como saúde e educação, contando com um déficit considerável em relação aos outros espaços da cidade.

Retornando a análise do IDH-M, é preciso ainda fazer algumas ressalvas: [I] Cabo Frio desde 1991 nunca esteve entre os 10 maiores IDHs do estado, em 20º em 1991, 36º no ano 2000 e 18º no ano de 2010, na faixa de IDH-alto, e, ainda distante do grupo com IDH muito alto (acima de 0,800). Em 2010 quando atingiu o melhor resultado o IDH-M era de 0,735, posição 897º no Brasil ³⁴, estando muito distante da cidade com maior IDH no Brasil, nesse ano São

³⁴ Consultar PNUD Brasil em <https://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/idh0/rankings/idhm-municipios-2010.html>

Caetano do Sul (SP) com índice 0,862. [II] A análise do IDH-M merece parcimônia, como de vários dados, por contar com dados de economia, educação e saúde, e, como aponta o economista José Eli da Veiga (2008) essa espécie de quantificação do desenvolvimento apesar de mais completa que os dados do PIB e do PIB per capita, pode contar armadilhas, quando a receita da cidade é muito alta e interfere diretamente no dado final, camuflando um desequilíbrio entre economia de um lado e educação e saúde de outro.³⁵ Nesse caso, o IDH-M não tem a dimensão da desigualdade social, que no caso de Cabo Frio, como dito, apresenta um alto índice, usando dessa vez o índice de GINI, específico para a desigualdade social.

As fraturas das cidades turísticas expõem justamente o quanto o espaço capitalista é dividido, como trata Milton Santos:

A existência de uma massa de pessoas com salários muito baixos ou vivendo de atividades ocasionais, ao lado de uma minoria com rendas muito elevadas, cria na sociedade urbana uma divisão entre aqueles que podem ter acesso de maneira permanente aos bens e serviços oferecidos e aqueles que, tendo as mesmas necessidades, não têm condições de satisfazê-las. Isso cria ao mesmo tempo diferenças quantitativas e qualitativas no consumo. Essas diferenças são a causa e o efeito da existência, ou seja, da criação ou da manutenção, nessas cidades, de dois circuitos de produção, distribuição e consumo de bens e serviços. (SANTOS, 2008, p.37)

A realidade de muitas cidades turísticas se enquadra nessa análise de Santos (2008b): o trabalho precário com salários baixos em atividades ocasionais, justamente a intermitência do trabalho nas cidades com a divisão brusca entre alta temporada e baixa temporada; a divisão pelo consumo daqueles que possuem acesso a bens e serviços e os que não têm, onde é possível estabelecer a diferença entre turistas (que também possuem diferenças entre si no referente ao consumo) e os trabalhadores e periféricos residentes; finalmente acerca dos circuitos da economia expostos pelo autor, poderíamos fazer uma analogia para o circuito turístico e os espaços fora do circuito turístico, que apresentam essas distinções.

Retornando ao exemplo de Cabo Frio, ainda é necessário explorar o aprofundamento da desigualdade no contexto de crescimento exponencial das receitas municipais, a partir da tabela a seguir:

Tabela 3 EVOLUÇÃO DA POSIÇÃO DE CABO FRIO NO ÍNDICE DE GINI NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

1991	2000	2010

³⁵ O autor faz um estudo de cidades de São Paulo, com maiores receitas e com os outros índices desequilibrados, e, cidades do Rio Grande do Sul, sem grandes receitas, porém com mais equilíbrio, mostrando que os índices maiores estão nas primeiras, enquanto a qualidade de vida está presente no grupo de cidades do Rio Grande do Sul. (consultar VEIGA, 2008)

39° (73 cidades)	86° (91 cidades)	82° (92 cidades)
------------------	------------------	------------------

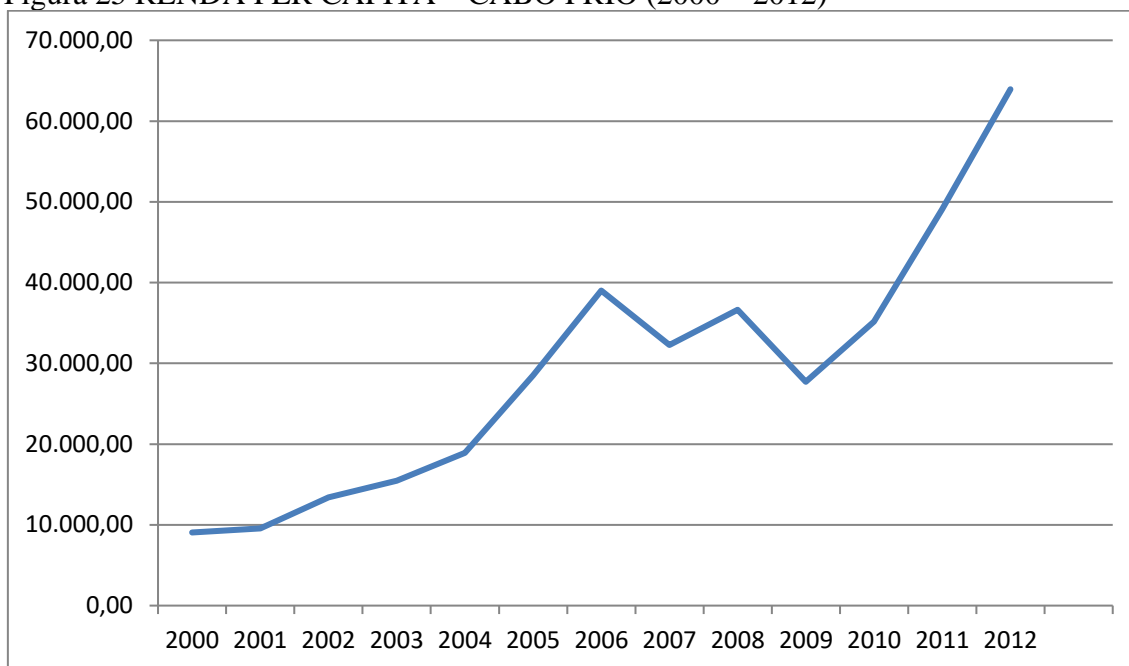
Fonte: IBGE,2010

A desigualdade aumenta consideravelmente na cidade de 1991 até o ano 2000, onde há outros processos concomitantes, como o aumento exponencial da população, aumento da violência, e, aumento da receita municipal. Mesmo esse índice melhorando entre 2000 e 2010, a cidade ainda se encontra na última faixa de cidades do estado do Rio de Janeiro, apresentando alto índice de desigualdade, não sendo assim uma mudança substancial. O PIB per capita, que divide a quantidade de riquezas produzidas pela população, apesar de ser um índice simples, caso for tomado isoladamente, pode ter uma grande valia quando trabalhado com outros índices. No caso de Cabo Frio, a desigualdade é tão latente no período analisado, que o PIB per capita serve para apontar um cenário ideal de produção de riquezas e divisão igualitária, apontando para um abismo entre os números e a realidade. Entre os anos de 1996 e 1998 (fim do governo José Bonifácio e início do governo Alair Corrêa e Marcos da Rocha Mendes), o PIB per capita da cidade está próximo a 3 mil reais³⁶, e a partir de 2000³⁷ há um crescimento significativo conforme mostra o gráfico a seguir.

³⁶ TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – ESTUDO SOCIO-ECONÔMICO (2002)

³⁷<http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/deftohtm.exe?ibge/cnv/pibmunrj.def>

Figura 25 RENDA PER CAPITA – CABO FRIO (2000 – 2012)



Fonte: <http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/tabcgi.exe?ibge/cnv/pibmunrj.def> Organização do gráfico feita pelo autor.

A partir de 1997 a receita procedente dos royalties começa a crescer no município e ganhar mais peso na receita municipal como já apontado anteriormente, e, mesmo com o crescimento da população, há um aumento exponencial do PIB per capita, concomitante ao aumento da desigualdade, conforme demonstrado no índice de GINI. Se em 98 o PIB per capita ainda estava em torno de 3 mil reais, em 2000 esse valor chega a quase 10 mil reais, com os royalties assumindo um peso importante na receita municipal. Em 2004 esse valor chega a quase 19 mil reais, ainda contando com o crescimento demográfico, um dos maiores do estado do Rio de Janeiro, ainda assim, em um ritmo mais lento que o crescimento da receita municipal, impulsionada centralmente pelos royalties do petróleo. Em 2006 a fase de crescimento do PIB per capita tem seu auge, chegando a 39 mil reais, um valor nunca visto na história da cidade.

A oscilação entre 2007 e 2009 se deve pelo aumento da população sempre contínuo, e, pela diminuição da receita municipal, destacadamente pela oscilação do recebimento dos royalties, que causa impacto direto no índice, mostrando como a cidade já era extremamente dependente do recebimento dessa receita. A partir de 2009, o PIB per capita de Cabo Frio volta a subir, e a partir desse ano em um ritmo muito acelerado, alcançando quase 50 mil reais em 2011 e um pouco mais de 63 mil reais em 2012.

Essa oscilação é um ponto fundamental para compreendermos a história do recebimento dessas receitas de royalties na cidade de Cabo Frio e o papel das gestões

municipais. Os dois gestores citados tinham a compreensão de que o valor dessa receita era instável, dependendo do valor do barril, do preço do dólar, assim, como sabiam que o petróleo é finito, e, esse valor poderia aumentar e diminuir, e, provavelmente acabar em algum dia. Entretanto, não há uma política de pensar o município no futuro sem a dependência dos royalties, de criação de políticas de longo prazo, de políticas públicas sólidas, da criação de um fundo de reserva para o município.

Mesmo nesse período onde a receita dos royalties oscila, há uma manutenção de um valor exorbitante, com recorrentes obras localizadas em espaços determinados, sem o ataque frontal à desigualdade social, latente no município, com a ampliação da periferia da cidade, e da violência. A análise combinada dos índices aponta para um projeto exclusivamente de crescimento econômico, e, distante do desenvolvimento, que agrega além de fatores quantitativos, fatores qualitativos, como aponta VEIGA (2008), utilizando referências importantes como Celso Furtado, G. Arrighi e Amartya Sen.

O modelo de desenvolvimento que se tem levado a cabo neste país, ao qual se sujeita também o turismo, é concentrador de renda, excludente e perpetuador de desigualdades sócio-espaciais e o turismo inserido que está neste modelo, reproduz, tal como qualquer outra atividade econômica contradições do sistema. (CRUZ, 1999, p. 183)

É importante compreender os processos locais e suas especificidades sem esquecer ou minimizar processos em outras escalas e a inserção na lógica do sistema capitalista, é a advertência de CRUZ. Contudo, principalmente no turismo de sol e praia há uma estrutura recorrente de produção desigual do espaço, que parte dos espaços próximos à praia, e, no caso de Cabo Frio, das praias e lagoa, para espaços mais distantes, por mais que ainda exista enclaves de grupos periféricos no que chamamos de circuito turístico.

Em relação à visão municipalista do desenvolvimento e das políticas de turismo não é apenas da cidade de Cabo Frio, mas de muitos municípios do Brasil. Enquanto o movimento de turistas e moradores temporários acontece entre as cidades, tendo Cabo Frio uma importância central na Região dos Lagos, as gestões municipais não concretizam políticas regionais ou pelo menos a partir de eixos. Um exemplo é o fluxo de turistas entre os eixos Cabo Frio, Arraial do Cabo de um lado e Armação dos Búzios de outro, seja para conhecer as praias, fazer passeios, ir a restaurantes, conhecer espaços etc. Essa movimentação é atestada por donos e funcionários de hotéis e pousadas, por donos e funcionários de restaurantes e bares, por donos de barco para passeio e donos de quiosques, inclusive com relato de algumas parcerias entre hotéis de Armação dos Búzios e passeios de barco em Arraial do Cabo – reforçando, uma parceria entre

setor privado, o mesmo que acontece em hotéis do centro do Rio de Janeiro ou de Copacabana que oferecem passeios quase que diários na alta temporada para as cidades de Armação dos Búzios, Arraial do Cabo e Cabo Frio.

As parcerias no setor público entre as três cidades, que de fato possuem características mais próximas, facilitariam a movimentação de mais turistas entre as cidades, já que a distância entre a Praia Grande – praia de maior destaque e com uma orla recente com infraestrutura – em Arraial do Cabo, para a Praia do Forte – principal praia de Cabo Frio – é de apenas 15 km, e, a distância da Praia do Forte para a Praia da Tartaruga – que fica próxima a rua das Pedras (espaço mais visitado por turistas) – na cidade de Armação dos Búzios, é de cerca de 25 km.

É possível ainda considerar a cidade de São Pedro da Aldeia, também vizinha e ex-distrito de Cabo Frio, com cerca de 12 km entre o centro da cidade e a Praia do Forte em Cabo Frio, e, que tem feito investimentos na recuperação da orla e do centro da cidade, contando com eventos mais modestos na virada de ano, no carnaval, em um ambiente em grande parte tratado como familiar e tranquilo, e, ainda com espaços para o crescimento imobiliário no centro da cidade e em outras áreas, além de recentemente anunciar a chegada de um resort, que se localizará na beira da lagoa, no bairro Praia Linda. São Pedro da Aldeia tem condições de ser uma cidade turística, complementando as cidades vizinhas, com capacidade para amplo crescimento, de oferecer hospedagens e opções de segunda residência (atualmente escassas na cidade), atendendo mais pessoas, e, com valores menos exorbitantes, que os inflacionados preços de Cabo Frio, Arraial do Cabo e Armação dos Búzios, e, ainda, de investir em mais em espaços turísticos, não só de exploração da lagoa, mas também de história, de cultura, de ecoturismo etc.

Um roteiro que incluísse as quatro cidades poderia ser produzido, com a oferta de infraestrutura de transporte e de serviços de qualidade, produzido não só pelo setor de turismo tradicional, mas por vários segmentos da sociedade e pelo poder público. O esforço para ampliar as modalidades de turismo e um modelo de turismo mais igualitário, justo e que inclua mais espaços e mais pessoas, como proposto para a cidade de Cabo Frio, deve ser estendido às cidades turísticas vizinhas, para que o turismo de Arraial do Cabo não se limite às praias e passeios de barco, e, que o turismo de Armação dos Búzios não se limite às praias e Rua das Pedras. E, sobretudo, o turismo enquanto projeto de desenvolvimento não pode servir à reprodução do capital de específicos grupos, de uma classe dominante beneficiada pela valorização do espaço devido a reformas, obras, embelezamento da prefeitura, que controla os

principais serviços atrelados ao turismo, enquanto outros bairros da cidade amargam e somam problemas diversos.

Dessa forma, imaginar a ampliação do circuito turístico para a cidade de Cabo Frio e almejar a superação de fronteiras municipais é promover um esforço conjunto, com mais potência, mais chances de circulação de turistas pelo menos no eixo em destaque, e, sobretudo, um turismo mais complexo, mais diverso e com mais possibilidades de arrecadação durante todo o ano. Novamente, as políticas existentes historicamente são escolhas, e a crítica justamente é para apontar os limites do turismo na cidade de Cabo Frio, e, que de fato, não se restringem apenas a Cabo Frio. As referências internacionais que tem na cidade de Cabo Frio estão presentes também em Armação dos Búzios, desde que era distrito

É preciso pensar em eventos municipais ou regionais mais conectados com as potencialidades de Cabo Frio ou das cidades vizinhas. Um exemplo é a Mostra de Cinema Francês³⁸ inexpressiva que ocorreu próximo a Rua das Pedras em Armação dos Búzios. Em contrapartida, eventos e projetos que fortalecem a cultura local são secundarizados ou escanteados não tendo o mesmo prestígio.

Esse é um ponto importante, pois de várias formas, a projeção da cidade de Cabo Frio, e, podemos estender para Arraial do Cabo e Armação dos Búzios, desvaloriza o espaço local, a história local e a cultura local, quando se anunciam como Caribe brasileiro – Arraial do Cabo; Balneário de referência francesa ou então de referência Argentina, pelo grande número de turistas e um quantitativo de comerciantes argentinos- Armação dos Búzios; ou quando se produz uma Festa Portuguesa com vários elementos da cultura de Portugal, e, se ignora ou pouco se investe na festa de cultura da pesca de um bairro historicamente ocupado por pescadores – como ocorre em Cabo Frio, a cultura indígena, entre outras possibilidades. Fortalecer a história e cultura local, promover eventos de grupos de pescadores, da área rural, de quilombolas, e de vários outros grupos existentes, fortalecendo-os e preservando a cultura e história, e, definitivamente, incluindo-os no projeto de desenvolvimento do turismo da cidade e da região é de suma importância para pensar em um turismo menos seletivo e desigual.

³⁸ Em sessão da câmara de Armação dos Búzios de 2015 o projeto do Circo que se localiza no centro da cidade, e, ofertava diversos cursos para adolescentes não conseguiu ser ampliado por supostamente falta de recursos, e, assim continuaria no centro da cidade, ao invés de se estender para os bairros da Rasa e Cem Braças, espaços periféricos da cidade e fora do circuito turísticos da cidade. A argumentação do vereador, autor do projeto do circo, era que a Mostra de Cinema Francês, esvaziada e com pouco retorno, teria um custo de cerca de 500 mil reais, basicamente o valor da extensão do projeto do circo.

3.7 As intencionalidades das políticas públicas: O público é de todos?

Há uma discussão frequente no estado do Rio de Janeiro, principalmente, sobre a validade dos investimentos feitos a partir das receitas procedentes da economia do petróleo e economia dos royalties. É preciso avaliar os casos, tratando do caso de Cabo Frio, as políticas públicas estão demasiadamente concentradas no circuito turístico, em parte há um erro de rota, não há falta de planejamento, nem desperdício, há uma estratégia, de construir, reconstruir, retocar, embelezar, reestruturar, essa parte da cidade, e, conseqüentemente, favorecer setores e grupos.

A gestão político-empresarial de Cabo Frio a partir de 1997 apresenta algumas nuances, com algumas aproximações com políticas públicas que irão favorecer a população para além do circuito turístico, contudo, em geral, há um brutal investimento no circuito turístico, a partir de uma lógica de mercado, que favorece, como apontamos, a grupos seletos. Há uma forte pressão sobre casas antigas localizadas em áreas de interesse imobiliário e turístico, como no bairro Passagem, sobre imóveis históricos não-tombados, como o galpão de sal³⁹ próximo a praia do Forte e na beira da lagoa, e, ainda sobre os enclaves periféricos do circuito turístico, que ainda resistem, com a possibilidade de despejo e remoção, nesse contexto recente, sob o discurso ambiental, inclusive, discurso que em geral é inócuo para grandes empreendimentos, como o shopping Park Lagos.

Nesse contexto, prefeitura se consolidou como um dos maiores empregadores da cidade⁴⁰, com um quantitativo grande de funcionários, principalmente de contratados, comissionados e portariados, criando uma dependência de grande parte da população desses empregos, utilizada tanto pelo poder executivo, quanto por parte do legislativo, já que os concursos públicos são raros e o processo seletivo inexistente no período de 1997 até 2013. A fartura da receita por conta dos royalties possibilitou a reestruturação do espaço e diversas obras, muitas obras de embelezamento da cidade, de pouco conteúdo estrutural, uma profusão de eventos, concentrados nos meses de verão, e ainda obras concentradas em determinados espaços, com parcerias e licitações questionáveis, como apontamos no caso de empresas de

³⁹ Consultar <https://www.folhadoslagos.com/cultura/policia-investiga-desabamento-do-galpao-do-sal-na-passage-em-cabo/12847/>

⁴⁰ Condição mantida até hoje, com o agravante do aumento de desempregados na cidade em 2018 e a reafirmação pelo prefeito interino Aquiles Barreto, que novos postos de trabalho deveriam ser criados na cidade para tirar da prefeitura o posto de maior empregador da cidade. A fala do prefeito interino (ex-presidente da câmara) em 2018 ocorre no contexto que o ex prefeito Marcos da Rocha Mendes (e sua chapa) são afastados do cargo pela justiça, e a eleição suplementar ainda iria ocorrer. Contudo, para o prefeito interino o principal foco da cidade deveria ser a criação de um pólo industrial no segundo distrito. Fonte: <https://www.folhadoslagos.com/colunistas/post/desenvolvimento-e-emprego/1008/>

reforma urbana que também tinham empreendimentos junto a construtoras do Rio de Janeiro na cidade de Cabo Frio⁴¹, e preços exorbitantes incompatíveis com as obras. Não é por acaso que os dois prefeitos citados terão denúncias graves, problemas com a justiça, afetando elegibilidade nas eleições: denúncias que envolvem a empresa de lixo Comsercaf⁴², contratações abusivas para além do regulamentado⁴³, contratos acusados de serem esquemas fraudulentos⁴⁴, abuso de poder econômico na eleição⁴⁵, entre outros casos⁴⁶.

Compreende-se a articulação de muitos agentes produtores do espaço, desde incorporadores imobiliários, que unifica proprietários de terra, construtora e mercado imobiliário; caso de uma empresa que faz reformas urbanas para o município e possui empreendimentos privados nos mesmos lugares, e, como já dito, de funcionários da prefeitura do alto escalão que possuem negócios imobiliários, e, ainda, vereadores e familiares de vereadores que tem espaços alugados pela prefeitura.

Além de uma concentração espacial, há uma concentração temporal em investimentos temporários, como shows, espaços de prática esporte com quadras, funcionários e estrutura da prefeitura, trios elétricos, atividades de dança, entre outros eventos, concentrados nos meses de verão, na alta temporada. As grandes reformas obrigatoriamente deveriam ocorrer na baixa temporada, como se a cidade fosse uma peça de teatro, pronta para estreiar no mês de dezembro, e, só nesse mês deveria estar totalmente produzida, é a verdadeira espetacularização do espaço urbano e da cidade turística, com renovações e maquiagens, para simular uma nova experiência para o turista.

⁴¹ Consultar RAMÃO, 2015.

⁴² Busca na casa do então ex-prefeito da cidade de Cabo Frio Alair Corrêa, na Comsercaf e em outros estabelecimentos acusados de terem ligações em licitações fraudulentas em 2018. <https://g1.globo.com/rj/regiao-dos-lagos/noticia/policia-cumpre-mandado-de-busca-na-casa-do-ex-prefeito-de-cabo-frio-alair-correa-em-operacao-contra-fraude-em-licitacao.ghtml>. O Prefeito Marcos da Rocha Mendes também é acusado por fraudes junto a empresa de lixo Comsercaf, durante a operação Basura. <https://g1.globo.com/rj/regiao-dos-lagos/noticia/policia-federal-fala-sobre-operacao-basura-em-entrevista-coletiva-nesta-terca-video.ghtml>

⁴³ Matéria de 2017, que aponta que o ex-prefeito gastou um valor aproximado de R\$ 261 milhões a mais do considerado legal na contratação de funcionários. <https://cliquediario.com.br/politica/ex-prefeito-de-cabo-frio-alair-correa-e-acusado-mais-uma-vez-de-improbidade-administrativa>

⁴⁴ Investigação do Ministério Público sobre o contrato com a empresa Córrego Rico, com prejuízos de mais de 62 milhões de reais aos cofres públicos. <https://www.folhadoslago.com/politica/mprj-ajuiza-acao-contra-grupo-ligado-a-alair-correa-por-fraudes-em-licitacoes/10794/>

⁴⁵ Uso da máquina pública na eleição, oferecendo dinheiro e cargos futuros, que causou a saída do então prefeito Marcos da Rocha Mendes e a inelegibilidade por oito anos. <https://www.gbnews.com.br/single-post/2019/02/28/Cabo-Frio-Ex-prefeito-Marquinho-Mendes-est%C3%A1-ineleg%C3%ADvel-por-oito-anos>

⁴⁶ Silvas Bento, vereador, vice prefeito de Alair Corrêa por uma gestão e deputado estadual, foi avaliado por Alair Corrêa como “um vereador caríssimo para a cidade, (...) e que no novo suposto momento do então candidato Alair Corrêa, não teria espaço para mensalinho, contratinho (...) são muitas empresas, e que a igreja do pai de Silas sustentariam a família. Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=Zlx-CDzdZ5g> Em 2020 Silvas Bento foi preso junto ao filho Vanderson Bento por uma série de denúncias, envolvendo principalmente um esquema de rachadinhas na Alerj, quando era deputado estadual.

Apesar da tentativa de construir um calendário de turismo para justamente combater o abismo do turismo na alta temporada versus o turismo da baixa temporada, o máximo que as gestões municipais conseguiram foi atrair turistas em feriados prolongados e finais de semana, contudo, uma atração voltada muito mais a ida a praia e na circulação no circuito turístico da cidade, ou ainda, de visitas nas cidades próximas, do que a atração por eventos específicos, como acontece em Rio das Ostras, por exemplo, com o festival de Jazz e Blues.

Além disso, a gestão político-empresarial tem uma marca forte, o de atendimento de projetos e interesses pessoais, ou pelo menos, de um pequeno grupo seletivo. O caso do Parque Aquático RIALA (Alair ao contrário) é emblemático, já que esse é construído pelo então ex-prefeito Alair Corrêa, inaugurado na gestão de Marcos da Rocha Mendes em 2011, em uma área distante do centro urbano, com difícil acesso, e desobedecendo leis ambientais, como a necessidade de licenciamento, além de descumprimento de autuações do INEA (Instituto Estadual do Ambiente).⁴⁷ Depois de tantos problemas com o órgão ambiental estadual, em 2013, de volta ao poder, o então prefeito Alair Corrêa tenta uma manobra política para o órgão ambiental municipal ser responsável pelos licenciamentos ambientais, sobrepondo ilegalmente o órgão estadual, o que gerou um processo de improbidade para o prefeito, além do fechamento do parque até resolver as situações de licença. O Parque também é alvo de denúncias publicadas inicialmente na Folha de São Paulo, onde acusa não só o empreendimento de Alair Corrêa, como imóveis, postos de gasolina e igrejas, que estariam se beneficiando de desconto na conta de água, que seria apenas para produtores agrícolas⁴⁸.

⁴⁷ Consultar a reportagem sobre a interdição do Parque Riala em <http://g1.globo.com/rj/regiao-dos-lagos/noticia/2014/10/parque-aquatico-do-prefeito-de-cabo-frio-rj-e-interditado-pedido-do-mp.html>

⁴⁸ Consultar a reportagem sobre fraudes em subsídios de luz em <https://prensadebabel.com.br/fraude-em-subsidios-na-luz-beneficiou-parque-aquatico-riala/>

Figura 26 PARQUE AQUÁTICO RIALA



Parque RIALA, em destaque Alair Corrêa, proprietário e prefeito quatro vezes da cidade de Cabo Frio. Fonte: <https://prensadebabel.com.br/fraude-em-subsidios-na-luz-beneficiou-parque-aquatico-riala/>

Esse tipo de gestão não é um caso isolado de Cabo Frio⁴⁹, muito menos aparece enquanto algo fortuito. Pode-se fazer a relação tanto da concepção marxista de Estado, que entende o Estado como comitê executivo da burguesia, que regulamenta e expande os negócios burgueses, quanto com uma característica marcante do modelo liberal e neoliberal, de privatização do que for possível, de um Estado com novas funções, que aparentemente aparenta ser mínimo, e, é, voltado para o mercado. O sentido do público se transforma na gestão político-empresarial (de Cabo Frio), pois espaços que deveriam ser públicos passam a ser apropriados e controlados pela iniciativa privada, burlando a concepção de que se é público é para todos:

A esfera pública se contrapõe à esfera mercantil. Esta tem no consumidor seu sujeito; a esfera pública, por sua vez, é a dos direitos e tem no cidadão seu sujeito. Cidadão definido como sujeito de direitos. É por isso que o que é público é para todos. Direito é o oposto de privilégio. Direito é para todos, senão não é direito, e privilégio, é só para alguns. (SADER, 2018, p.22)

O caso da Praça da cidadania⁵⁰ é exemplar: uma praça construída pela prefeitura de Cabo Frio para ser atrativo turístico, em um espaço público. Os embates que ocorreram foram pela localização, pela estrutura e por quem iria ocupar esse espaço, e, não pela ideia de construção de uma praça com o nome de cidadania para abarcar vendedores de artesanato, de alimentos e afins. Ou seja, a praça da cidadania é uma praça de consumo, para remediar a falta

⁴⁹ No mesmo ano de 2013 ainda é iniciada a obra da Estrada da integração, onde o asfaltamento, a drenagem, e urbanização são feitos pelo governo do Estado do Rio de Janeiro, e tendo o município a atribuição da iluminação, redutores de velocidades e radares. A estrada liga o bairro do Jardim Esperança à RJ 106, em direção ao segundo distrito, Barra de São João, Rio das Ostras, encurtando as distâncias entre primeiro e segundo distrito, sem a necessidade de passar pela cidade de São Pedro da Aldeia. A estrada da integração é importante também para o Parque aquático RIALA, pois o parque fica localizado na beira dessa estrada, o que de fato, facilita o acesso.

⁵⁰ Ver: <http://g1.globo.com/rj/serra-lagos-norte/noticia/2012/10/apos-polemicas-cabo-frio-rj-inaugura-praca-da-cidadania.html>

de espaço para os artesãos, vendedores de roupas e diversos itens, e, vendedores de alimentos, que historicamente foram deslocados. Esse grupo já desenvolvia suas atividades anteriormente, e se localizavam ainda mais próximos a praia na década de 1990, passando posteriormente para alguns metros distante da praia, e, com a construção do prédio Barramares XV a feira de artesanatos ficou encoberta. Assim, a falta de visibilidade, de propaganda e de sinalização atrapalharia diretamente na venda dos comerciantes da feira de artesanato e a indefinição daqueles que ocupariam os boxes causava apreensão por muitos.

Em outubro de 2012, mesmo com essas demandas, e, sem resolver diretamente⁵¹ a localização da feira de artesanatos encoberta e sem publicidade, o então prefeito Marcos da Rocha Mendes, inaugura a Praça da cidadania, com 212 boxes para os comerciantes, mais um museu do surf, com exposição de pranchas, principalmente com a referência de Victor Ribas, surfista de Cabo Frio que teve expressão mundial. Reforça-se que a praça da cidadania é uma praça para o turismo e para o turista, uma praça para o consumo e para o consumidor, com exceção do espaço do museu do surf, e o cidadão cabofriense presente não está em grande parte na praça para atividades de cidadania, de lazer, de conhecimento, mas sim de trabalho.

A falta de veracidade do espaço se estende ainda para a feira de artesanatos, que cada vez mais no decorrer dos anos deixa de ser de artesanatos para comercializar uma série de produtos, como chaveiros, itens de decoração, que são majoritariamente importados da China, somados a roupas, eletrônicos, entre outros produtos, sobrando pouco espaço para o artesanato local. A própria construção dos quiosques, já citados, mostra a tomada de um espaço público para a construção de espaços privados, para o consumo e para o turismo/turista, onde o cidadão cabofriense é majoritariamente força de trabalho.

⁵¹ A ideia era que a visibilidade de parte da praça, principalmente do museu do surf, e a publicidade na TV para a sua inauguração, cessariam os problemas apontados.

Figura 27 PRAÇA DA CIDADANIA – MUSEU DO SURF E BOXES DE ARTESANATO.



Fonte: <https://www.mjre.com.br/construcao-da-praca-da-cidadania-e-museu-do-surf-cabo-frio/>

Além da Praça da cidadania que é para o consumidor, e, notadamente é um espaço público que se torna um espaço de consumo, a praça dos quiosques, tornada também um espaço de consumo; há de se destacar espaços privados temporários, como parte da avenida litorânea utilizada para o carnaval fora de época no mês de janeiro, chamado de Cabofolia – um evento privado, cercado e com ingressos⁵², que inicia em 1998, completando mais de 15 anos, com uma média de 20 mil pessoas por dia em alguns anos, alcançando números ainda mais expressivos em dias específicos por conta de atrações; e o Aloha Spirit, um evento de canoagem, que mesmo acontecendo recentemente, fora do período de 1997-2013, mostra que é uma tendência privatizar espaços públicos, no caso do aloha uma faixa na praia para a competição, mais um espaço do estacionamento público.

Além de toda essa privatização do espaço, é preciso reforçar que a dinâmica econômica da cidade, com poucas oportunidades de emprego, e, uma alta temporada que gera substancialmente mais emprego que a baixa temporada. Empregos em geral de baixa qualificação, remuneração e pouco ou nenhum direito, que grande parte dos moradores de Cabo Frio no período de ebulição do turismo, de grande fluxo de turistas, estão no circuito turístico de consumo, mas para trabalhar. O espaço festivo também oculta a exploração do trabalho, e,

⁵² O Cabofolia em alguns anos se localizava na Praia do Forte. A entrega de ingressos e abadas geralmente também era feita em uma parte da orla. O evento contava com um amplo espaço e apresentava três segmentos de ingresso: o ingresso pipoca, mais barato, o abadá, que era uma área seletiva, cercada por uma corda, e, os camarotes, destacados em uma parte, tanto os vendidos para grupos, quanto os vendidos para empresas, como boates.

de como o público preparado para o consumo serve ao turista e ao morador temporário que vem de outras cidades, passando a ser espaço de sobrevivência para muitos moradores da cidade.

O uso do espaço em muitos casos define quem é o morador e quem é o turista, é a imagem de uma cidade projetada para “os que vêm de fora”, com reduzidas políticas públicas para quem é cidadão cabofriense. De fato, pode se questionar que toda cidade turística é projetada para quem é de fora, contudo a finalidade da produção da cidade turística de Cabo Frio é alimentar a reprodução de capital de pequenos grupos, independente das consequências para a população residente mais pobre.

Nas décadas dos grande volumes de royalties a gestão político-empresarial produziu uma cidade turística com foco na produção da paisagem, do embelezamento do quadro urbano, e, preteriu os cidadãos cabofrienses menos abastados. Há escassos investimentos para a qualificação da mão de obra, sobretudo, para conquistar empregos com remuneração melhores. Uma das consequências notáveis é um serviço amador em muitos bares, restaurantes, passeios de barco, além da falta de guias de turismo, de estrutura e conservação em espaços históricos. O público precisa ser de todos, a cidade turística precisa ser de todos, e, para isso é preciso reverter essa produção do espaço desigual da cidade de Cabo Frio.

3.8 O espaço festivo que oculta a violência.

A produção do espaço turístico na cidade de Cabo Frio a partir de 1997, além de privilegiar e reforçar o circuito turístico, criando novos espaços e objetos que incrementam essa visão de espaço enquanto valor de troca, distorcendo inclusive o sentido de cidadania, e, ferindo os princípios de direito à cidade, quando se pensa na cidade para o consumo e para o turista – o consumidor, tem uma função muito importante, a de esconder e ocultar as contradições existentes. O circuito turístico de Cabo Frio omite espaços, pessoas, e, sobretudo contradições, desigualdades e conflitos.

Henri Lefebvre (2008) é enfático ao tratar dos lugares de lazer e de recuperação, onde há uma atmosfera de liberdade e de festa, como se não houvesse a reprodução das relações de produção e conflitos de classe. A aparência festiva da cidade de Cabo Frio, que se restringe ao circuito turístico e poucos espaços além do circuito, esconde as relações de exploração do trabalho da praia, do trabalho das lojas, dos bares e restaurantes, dos hotéis, que em muitos casos, apresentam rotinas de muita exploração, horários absurdos, que atravessam a noite e madrugada, que se prolongam por mais de 10 horas diárias, em condições insalubres, e, com

remuneração em grande parte baixa e sem direitos trabalhistas, coadunando com os piores exemplos de precarização do trabalho das últimas décadas, apontadas por exemplo por Antunes (2018).

Cruz (1999) reforça o entendimento das desigualdades sociais e uma série de consequências nas cidades turísticas:

Violência urbana, pobreza e miséria são, igualmente, fatores condicionantes da segregação espacial de empreendimentos turísticos, traduzida na concentração da infraestrutura e na circulação espacialmente restrita de turistas. Mudar esse modo de ser do turismo exigiria construir uma outra sociedade. (CRUZ, 1999, p. 177)

A exclusão e a inclusão precária são combinadas, pois há espaços que são excluídos e escondidos na produção, reprodução e comercialização do circuito turístico de Cabo Frio, contudo, a população dos espaços excluídos é de fundamental importância enquanto mão de obra precária e super explorada. E, de fato, os problemas recorrentes e históricos de infraestrutura, saneamento básico, de espaços públicos, de serviços, de lazer, nos bairros periféricos da cidade de Cabo Frio são consequências diretas do volume altíssimo de verba despendido com o circuito turístico. A distribuição desigual da receita da cidade aprofunda uma série de problemas dos bairros mais pobres. Lefebvre afirma:

Excluir do urbano grupos, classes, indivíduos, implica também excluí-los da civilização, até mesmo da sociedade. O direito à cidade legitima a recusa de se deixar afastar da realidade urbana por uma organização discriminatória, segregadora. (LEFEBVRE, 2008, p. 34)

O turismo enquanto panaceia, destino irrevogável e vocação inata da cidade de Cabo Frio, que cunhava a promessa de transformação econômica e social da cidade no decorrer do século XX, e, aparece enquanto a mesma ilusão reformulada com aparatos e dispositivos tecnológicos e inovadores na campanha política de 1996 pelo grupo que domina a cidade por mais de duas décadas, reforçando sempre esse discurso, é mais um exemplo de que o discurso da modernização e do progresso alheios a um projeto de desenvolvimento, compreendido muito além de um mero crescimento econômico, não é capaz de diminuir e atacar as desigualdades sócio-espaciais, pelo contrário, os exemplos do Brasil, e especificamente de estados e cidades do país (e até outros exemplos do mundo) mostram a aliança de discursos e projetos de modernização conservadora, que alimenta a classe dominante e amplia as desigualdades sociais.

E, por último, o espaço de festa, de lazer, vendido a partir das belezas naturais, principalmente das praias, com um misto de tranquilidade e descanso, e, possibilidades de agito e descontração, esconde outro problema grave, que é a violência. A produção do espaço é amalgamada a uma construção ilusória de cidade, a uma realidade paralela e inverídica, que

serve para tornar o produto cidade mais rentável, já que uma cidade com muita violência e uma série de problemas diversos pode ser um fator de repulsa para o turista⁵³.

Há registros importantes da violência na cidade de Cabo Frio na década de 1970, período que a cidade já recebia uma quantidade considerável de turistas, onde a praia do Forte se consolidava como um espaço central para principalmente fluxos da região metropolitana do Rio de Janeiro, e, onde já havia o estabelecimento de clubes náuticos e residências secundárias. Em duas reportagens do Jornal o Globo de 1979, a violência na cidade de Cabo Frio é um tema relevante, com assaltos principalmente a lojas e hotéis da cidade, gerando muita instabilidade entre a população, turistas e moradores temporários. Os comerciantes reagem a partir de um grande protesto com as lojas fechadas e 700 comerciantes em uma manifestação, reivindicando um maior policiamento na cidade e mais segurança. (RAMÃO, 2018b)

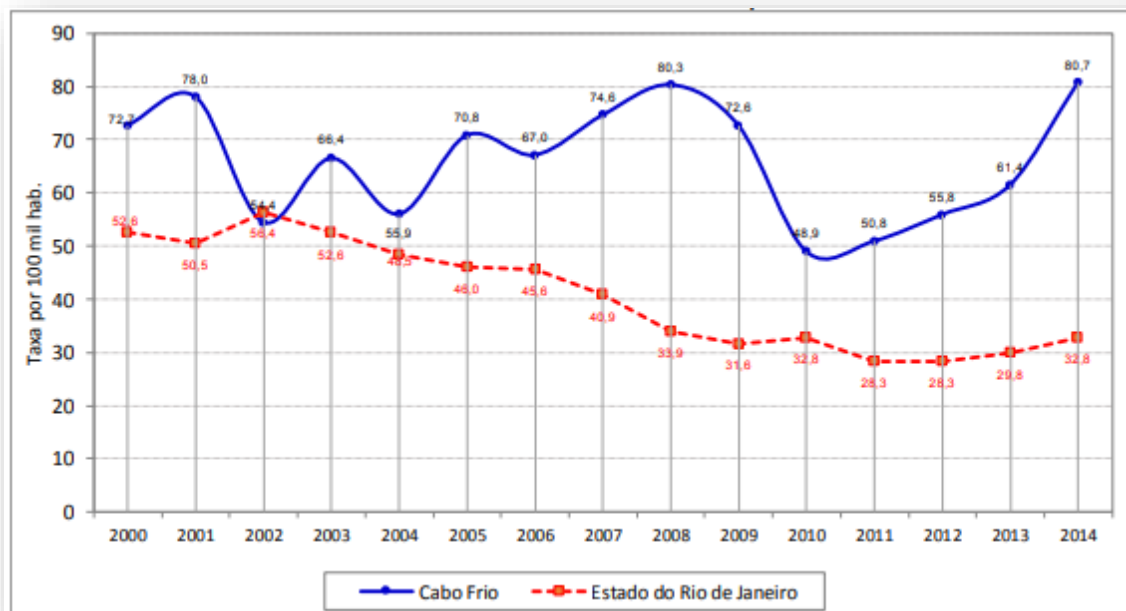
No fim da década de 1990 os homicídios crescem de forma exponencial na cidade de Cabo Frio, paralelamente ao crescimento da receita, e, a quantidade de turistas na cidade. É um equívoco creditar exclusivamente o crescimento da violência e o alcance de um padrão com altas taxas de homicídios e crimes diversos, em Cabo Frio ou na Região dos Lagos, à política da UPP (Unidade de polícia pacificadora) principalmente na cidade do Rio de Janeiro, que só ocorre a partir de 2008, ao mesmo tempo, não é possível descartar os impactos da UPP no interior do estado e na Região dos Lagos. Entre dezembro de 2008 e abril de 2014 foram inauguradas 37 UPPs⁵⁴, contudo, na cidade de Cabo Frio há uma queda brusca da violência entre 2008 e 2010, e, posteriormente um gradativo em 2011, e, um crescimento exponencial a partir principalmente do fim de 2012, e, nos dois anos seguintes, com diversos conflitos entre facções, principalmente entre os bairros Jacaré (TCP) e Boca do Mato, ainda contando com conflitos da mesma facção no bairro Jacaré, com mortes, fechamento de escolas e estabelecimentos, e, uma sensação de insegurança para os moradores, principalmente das periferias.⁵⁵ De 2010 até 2016.

⁵³ A cidade do Rio de Janeiro, por exemplo, enfrenta esse problema da imagem da cidade por décadas. Essa definição de cidade bonita, mas perigosa, tem o poder de afastar o turista. Durante grandes eventos como a Copa do Mundo e as Olimpíadas a violência da cidade foi uma preocupação latente. Mesmo com esse estigma de violência o Rio de Janeiro recebe ainda muitos turistas tendo como comparação o cenário das cidades brasileiras, contudo, os turistas ficam concentrados em bairros específicos, os hotéis e os eventos vendem a segurança como antídoto da violência, e, esse exemplo não pode ser tomado como padrão. Fortaleza, capital do Ceará, recentemente, quando enfrentava uma grande rebelião, que envolvia lideranças de presídios, e, diversos ataques na cidade, teve como consequência direta a diminuição de turistas na cidade, com cancelamentos de reservas em hotéis e pousadas, e, de pessoas nas praias e eventos. Para a reportagem completa sobre o impacto das rebeliões no turismo de Fortaleza consultar: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2019/01/09/onda-de-violencia-no-ceara-afasta-turistas-e-ocupacao-hoteleira-no-estado-cai-de-85-para-65.ghtml>

⁵⁴ Para mais informações consultar: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/12/22/upp-10-anos/>

⁵⁵ Os casos mais emblemáticos foram em 2014: a morte de duas mulheres no bairro Jacaré, acusadas de ter envolvimento com o tráfico e ligações com a facção rival. Fonte: <http://g1.globo.com/rj/regiao-dos->

Figura 28 EVOLUÇÃO DAS TAXAS DE MORTES VIOLENTAS POR 100 MIL HABITANTES – ERJ E CABO FRIO.



Fonte: IPEA

O gráfico além de ratificar os apontamentos feitos anteriormente, ele oferece dados que encaminha para novas discussões: [I] a manutenção de taxas de violência, em específico, número de homicídios por 100 mil habitantes em duas décadas, ou seja, não há apenas um boom de violência na virada do século, mas a permanência de um quadro. [II] como as taxas de Cabo Frio estão descompassadas das taxas do estado do Rio de Janeiro, que mesmo apresentando cidades e regiões violentas, apresenta uma média quase que sempre menor do que a cidade de Cabo Frio, e, a partir de 2002 com ampla queda, e, com crescimentos tímidos, mantendo a partir de 2008 um índice abaixo de 40 homicídios a cada 100 mil pessoas enquanto Cabo Frio apresenta uma variação sempre acima dos 48%, chegando a picos de 80 homicídios a cada 100 mil pessoas em 2014. [III] Ratifica-se que a segurança pública é pela lei responsabilidade do governo do estado, quando reconhecemos a existência e função da polícia militar, e, há o 25º batalhão localizado em Cabo Frio, que atende a região, o que de fato é preocupante, já que as cidades da região dos lagos têm um acréscimo considerável de turistas e moradores temporários na alta temporada, triplicando, quadruplicando e até mesmo quintuplicando a população de

lagos/noticia/2014/05/duas-mulheres-sao-mortas-e-tem-corpos-queimados-em-cabo-frio-rj.html. E a morte de um dos chefes do tráfico do bairro Jacaré. Fonte <http://g1.globo.com/rj/regiao-dos-lagos/noticia/2014/11/chefe-do-trafico-no-jacare-em-cabo-frio-rj-e-morto-apos-troca-de-tiros.html>

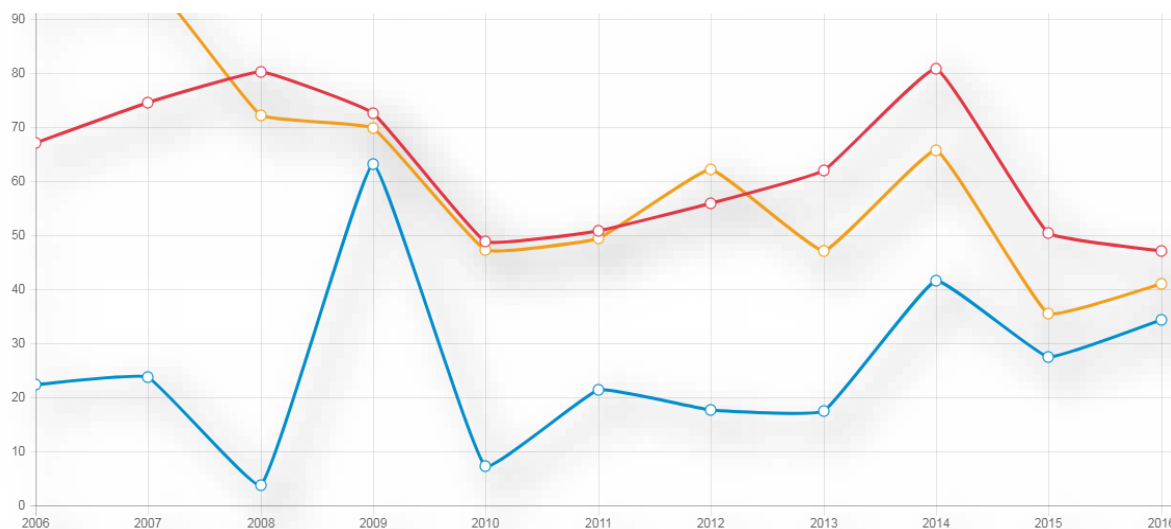
muitas cidades, em especial e com absoluto destaque Cabo Frio⁵⁶, o que sobrecarrega em demasia a polícia militar, mesmo recebendo acréscimo de efetivo para a alta temporada. Contudo, é importante frisar que esse período é o que concentra as maiores arrecadações, e, o município mesmo não sendo o responsável pela polícia militar é de fundamental importância em vários outros pontos das políticas de segurança pública, trabalhando em parceria com o governo do Estado, e, além disso, é responsável por políticas públicas locais e trabalhar por um projeto de desenvolvimento que ofereça perspectivas a população, principalmente aos jovens, justamente para que não tenha mais pessoas envolvidas com o tráfico de drogas e com crimes.

O crescimento da violência não é só um quadro isolado da cidade de Cabo Frio, gradativamente o município de Araruama apresenta índices alarmantes, tendo destaque tanto na Região dos Lagos, quanto nos municípios do interior do estado do Rio de Janeiro. Contudo, destaca-se Armação dos Búzios e Arraial do Cabo, que mesmo sendo municípios com uma população significativamente menor do que a população de Cabo Frio⁵⁷, apresentam acréscimos importantes de turistas e moradores temporários na alta temporada, exploram as praias, e, tem no turismo de sol e praia e residencial uma fonte importante de renda, além de outras similaridades. Os dados de violência proporcionais à população, no caso, o índice a cada 100 mil habitantes, demonstram que a realidade violenta de Cabo Frio é estendida para os municípios limítrofes que mais se aproximam das características físicas e econômicas.

⁵⁶ Os últimos dias de dezembro com o calendário de shows na praia do Forte atraia milhares de pessoas, tendo no reveillon o auge dessa concentração, em muitos momentos a partir principalmente de 1997 ultrapassando a marca de 500 mil pessoas, e, em 2014 na expectativa de 1 milhão de pessoas, com show, palco, torres, espetáculo pirotécnico de fogos por mais de 10 minutos. Cabo Frio verdadeiramente e mais uma vez, tenta replicar a capital, tendo como referência Copacabana. Ver: <http://g1.globo.com/rj/regiao-dos-lagos/noticia/2014/12/cabo-frio-rj-espera-receber-1-milhao-de-pessoas-durante-o-reveillon.html>

⁵⁷ Armação dos Búzios – população em 2010 de cerca de 27 mil habitantes/ 2020 cerca de 34 mil habitantes. Arraial do Cabo cerca de 27 mil habitantes em 2010, e, cerca de 30 mil habitantes em 2020. Fonte: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/arraial-do-cabo/panorama>

Figura 29 HOMICÍDIOS EM CABO FRIO, ARMAÇÃO DOS BÚZIOS E ARRAIAL DO CABO (2006 – 2016)



Fonte: IPEA

É preciso fazer dois destaques: [I] Os dados de homicídios a cada 100 mil habitantes possuem um recorte temporal distinto do gráfico anterior, o primeiro em comparação com o estado era de 2000 a 2014, e, esse de 2006 a 2016. Analisam um processo de queda da violência no ano de 2014 em diante para Cabo Frio, e, queda em 2014, com um retorno do crescimento dos dados de 2015 a 2016 nas cidades de Arraial do Cabo e Armação dos Búzios, por conseguinte, é necessário reafirmar que os índices continuam altos, acima de 30 homicídios a cada 100 mil habitantes para todas as cidades, e mesmo com um novo crescimento da violência os dois municípios não ultrapassam Cabo Frio. [II] Há uma similaridade dos dados no plano temporal analisado entre Cabo Frio e Armação dos Búzios, que no ano de 2016 apresentam dados altíssimos, que voltam a crescer em 2010 em Cabo Frio e apresentam uma oscilação em Armação dos Búzios no mesmo contexto, e, no caso de Arraial do Cabo, como o índice é inferior no decorrer dos anos, como tem um aumento assustado de 2008 para 2009, o que coloca a questão que é preciso entender os conflitos entre facções, muitas vezes que explodem em um intervalo pequeno de tempo, e apresentam rebatimentos nos dados de homicídio do município.⁵⁸ [III] As taxas de homicídios na cidade de Cabo Frio são altas, mesmo nos períodos que estão em queda. A cidade frequenta o ranking de cidades mais violentas do estado por anos, e, de

⁵⁸ Mesmo com processos regionais, estaduais, metropolitanos, é preciso parcimônia para avaliar cada caso de crescimento exponencial da violência nos municípios em análise, mesmo com fortes indicativos e análises, por exemplo, do 25º batalhão, que consegue ter a dimensão da região, e, aponta a influência direta do tráfico de drogas e conflitos de facções como maiores causas dos homicídios.

fato, essa violência é escamoteada, não só pela atmosfera de festa, que circunda o circuito turístico, mas por toda a infraestrutura e presença do poder público que existe no circuito turístico, e, pela deficiência nas áreas periféricas da cidade e fora do circuito turístico.

4 TURISMO, ESPAÇO E ESTADO: O DESTINO DAS CIDADES TURÍSTICAS

Nos capítulos anteriores, discutiu-se o desenvolvimento do turismo enquanto uma atividade econômica, com ênfase no turismo de sol e praia, capaz de gerar inúmeros impactos socioespaciais, provocando relações e experiências sociais, em diferentes contextos espaciais e temporais, com destaque para os processos na cidade de Cabo Frio.

A produção desigual do espaço e o desenvolvimento geográfico desigual, produzidos pelo capitalismo, assumem características espaciais importantes no turismo, com a constituição de circuitos turísticos elitizados frente a espaços precários e periféricos na mesma cidade, e no caso específico tratado, tendo a praia como ponto de referência. Há discussões importantes sobre o destino das cidades turísticas, os limites da cidade turística e a possibilidade de superar obstáculos impostos pelo capitalismo, pela economia do turismo, pelas relações entre turistas e residentes, articulados à produção do espaço.

Até mesmo nas cidades internacionais, empresariais, dos megaeventos, tratadas no capítulo anterior, a partir de Castells e Borja (1997), e muitas são também cidades turísticas, há um limite de duração do discurso do turismo como um vetor de transformações econômicas, sociais, de baixo impacto ambiental, além do limite do espaço festivo sem conflitos, e até mesmo de casos mais extremos onde a fantasia do turismo se transforma em uma crítica radical e até a rejeição do turismo e dos turistas. A euforia de Barcelona cidade vitrine e olímpica em 1992, alimentada por diferentes espectros políticos, caso de sucesso tratado por Borja e Castells (1997), alcançou limites e em parte se transformou em um movimento de críticas a uma cidade cada vez mais privatizada, injusta e desajustada (ou ajustada para a lógica do capital), a partir de fóruns de debate, audiências, movimentos sociais, produção acadêmica, já no começo do século XXI.

A passagem da euforia para a crítica ou rejeição demonstra também o quanto a economia do turismo é vulnerável a inúmeras condições como: crises econômicas, crises políticas, explosão de violência, novos destinos que surgem com grande potencial, valores de passagens aéreas, condições do tempo e impactos ambientais. A dependência dessa atividade, como a única ou a mais forte em uma cidade somada à intermitência presente em muitos lugares, por conta de alta temporada e baixa temporada, transforma radicalmente o cotidiano dos espaços turísticos, muitas vezes sem planejamento, organização e sem infraestrutura para suportar os fluxos turísticos.

Tratamos também das cidades de países subdesenvolvidos, que apresentam problemas crônicos de infraestrutura, serviços, acessibilidade, segurança, saneamento básico, isto é, condições para acesso, permanência e qualidade da permanência do turista (George, 1973), por conseguinte, salienta-se também que as cidades dos países desenvolvidos não estão alheias aos problemas da intensidade do turismo e dos seus efeitos negativos e desiguais.

Reforça-se que George (1973) indicou a existência desses três fatores primordiais da infraestrutura para o desenvolvimento da cidade turística, o que é de fato: corroborado em parte por CRUZ (1999) quando trata da urbanização turística e urbanização do turismo; por DANTAS (2009) quando aprofunda a análise sobre o PRODETUR – programa de desenvolvimento do turismo – os fortes investimentos em infraestrutura e seus impactos na economia do turismo e no espaço do Nordeste; por O'DONNELL (2013) na evolução de Copacabana, quando o processo de evolução da cidade do Rio de Janeiro avança para a zona sul, com túneis, estradas e bondes. A última autora ainda explora o que consideramos o quarto fator decisivo para o desenvolvimento da economia do turismo e do espaço turístico, que é a *produção do discurso-imagem*. No caso de Copacabana, um espaço inóspito no Rio de Janeiro, que recebe infraestrutura para se conectar ao centro da cidade do Rio de Janeiro, e, que concomitantemente inicia uma grande disputa discursiva para afirmar a praia enquanto espaço de lazer, espaço valorizado, espaço para investimentos, espaço para moradia e segunda residência, o banho de mar como hábito, e Copacabana como a imagem de um Brasil próximo dos costumes e hábitos da Europa e dos EUA, vinculado ao moderno e desenvolvido. Copacabana é um exemplo pro Brasil, e, de fato, outros espaços do litoral brasileiro seguem a mesma lógica.

Portanto, é preciso compreender os fatores que levam a cidade a ser uma grande cidade turística, recebendo grandes fluxos de turistas, empreendimentos e investimentos, contudo é extremamente necessário refletir sobre os elementos que sustentam essa cidade nessa condição e os elementos que desencadeiam um processo de declínio da atividade econômica, de acirramento entre grupos sociais e aumento da gravidade dos conflitos, o que podem ser crises pontuais ou duradouras. Assim, é possível ainda identificar um quinto elemento, que serve para compreender a atividade do turismo, a produção capitalista do espaço turístico e as relações sociais – *a capacidade de suportar a atividade turística*, na dimensão espacial, econômica e social.

Trata-se aqui da manutenção e validade da atividade turística: pelos inúmeros e potentes impactos, seja na ocupação do espaço, do crescimento urbano, do desmatamento e impactos em

área de praias, dunas, montanhas, na produção de lixo, na produção de esgoto e da falta de tratamento integral, do consumo de água e recursos, da poluição da água, do ar e do solo; e, o quanto a população residente irá suportar, nos processos de remoção da população pobre de áreas de interesse turístico-imobiliário, dos conflitos com comunidades da pesca, ribeirinhos, indígenas; com o aumento do custo de vida, precarização do trabalho, informalidade, exploração, intermitência, insalubridade, com possíveis crises econômicas, com as mudanças radicais no cotidiano, como a dificuldade de acessar serviços básicos na alta temporada, com ritmos de vida distintos do residente que pode ter um cotidiano de trabalho e descanso, em contrapartida o turista que pode ter uma rotina de festas e agitação.

Por muitos momentos se busca uma única solução, um caminho incontestável, que supra todas as necessidades e efeitos nocivos do capitalismo e do turismo, muitas vezes percebidos de forma única. De fato, essa solução única dificilmente existirá, o que se agrava quando se trata de alternativas e formas específicas, desconectadas, desarticuladas e descontextualizadas. Recorrentemente muitos questionamentos são alçados: Há possibilidades de reverter quadros complexos de desigualdade socioespacial nas cidades turísticas, contando com diferenças abruptas entre o circuito turístico e espaços fora desse circuito? O destino de toda grande cidade turística é ser desigual, é chegar a um ponto de extrema saturação e de não comportar grandes fluxos de turistas? E, complementando, há possibilidades de um turismo mais incluyente, mais justo e que realce todas as potencialidades da cidade, sem punir o residente e trabalhador em relação ao direito à cidade e ao trabalho formal, com direitos e remuneração justa?

Reforça-se que é fundamental compreender todas as fases do turismo, porém é preciso cada vez mais pensar em alternativas e caminhos justamente para superar as críticas tão veementes e de fato reais dos impactos negativos na economia, na sociedade, no meio ambiente, no espaço, além de outros fatores. Esses impactos podem se manifestar atingindo praticamente a totalidade da população, a parte que se relaciona diretamente com o turismo, ou as frações de classe mais pobres, devido a vários processos⁵⁹.

Dessa forma, o capítulo discutirá caminhos, alternativas e até mesmo propostas que são muitas vezes tratadas como soluções para os desafios das cidades turísticas, frente à capacidade

⁵⁹ A falta de tratamento de esgoto ou o lançamento de dejetos em rios, lagos e mares seja por grandes empreendimentos ou por comunidades que ocupam espaços próximos a esses ambientes, pode gerar graves impactos ambientais, que por consequência pode prejudicar o turismo com a diminuição de fluxos de turistas, atingindo todos aqueles que estão diretamente ligados a economia do turismo, irá interferir diretamente naqueles que sobrevivem da pesca, por exemplo, e, que não estão diretamente ligados à economia do turismo. A remoção da população pobre de áreas de interesse imobiliário e turístico ou o planejamento urbano que descarta, rejeita ou subordina a população pobre aos interesses de outras frações de capital, atinge especificamente as frações de classe mais pobres.

de sobrevivência da cidade turística. De comum, em todas as propostas teremos o realce a questão do papel do Estado, que de alguma forma aparece como um agente potencial para amenizar e sanar essas grandes demandas. Além disso, no fim, trataremos de uma análise de Estado que será imprescindível para se pensar em possibilidades. Logo, destacamos quatro pontos centrais, apontando as contribuições e limitações, justamente almejando uma proposta maior, mais complexa e capaz de atender diferentes necessidades.

[I] A primeira análise é sobre os modelos de desenvolvimento das cidades turísticas, que culminam no destino das cidades turísticas, já que segundo estudos há etapas do desenvolvimento de uma cidade turística onde há obstáculos e limites, e a compreensão desses estágios seria fundamental para que possa ter políticas públicas, investimentos específicos e ações para contornar ou superar certos estágios. Nesse sentido, duas grandes referências dessa discussão são Doxey (1975) e Butler (1980). Esses autores produziram modelos de desenvolvimento do turismo no espaço, analisando sobretudo os impactos socioespaciais da atividade econômica e interpretando o turismo também a partir das relações sociais. A partir desses modelos diversos estudos no campo do turismo foram produzidos, tanto no Brasil, quanto em outros países do mundo, apontando como o desenvolvimento de cidades e países acompanhou integralmente ou parcialmente os estágios de desenvolvimento propostos pelos autores, e, decisivamente, a necessidade de reversão de quadros graves de desigualdade, impactos ambientais, saturação da cidade turística em alta temporada, destruição do patrimônio público, privatização do espaço, relações entre turistas e residentes, entre outras questões e problemas.

Por mais que não sejam modelos ideais, perfeitos ou aplicáveis em todas as realidades e conjunturas possíveis, os modelos desses dois autores precisam ser operados em diversas realidades, sobretudo como ponto de reflexão para políticas e ações do Estado, para novos projetos de desenvolvimento, para superação de problemas simples e complexos, do turismo e nas cidades turísticas.

[II] A segunda análise, que será breve, discute se é a partir de transformações exclusivas do turismo se os quadros de saturação, graves impactos socioespaciais, entre outros pontos, serão superados. Nesse sentido, trataremos do turismo comunitário, em muitas análises visto como alternativa para contrapor o turismo com a lógica de mercado, em alguns momentos, concebido como forma para superar esses limites impostos.

A resposta para os diferentes impactos citados será uma transformação econômica do turismo? De fato, o turismo comunitário é tratado por muitos autores como uma grande

potência, capaz de interferir na dinâmica do espaço, no uso do espaço, na valorização da cultura, no fortalecimento da economia local, na conservação do meio ambiente, entre outros pontos. É preciso prioritariamente definir o turismo comunitário e compreender se há uma uniformidade no que chamamos de turismo comunitário, para posteriormente compreender os limites e as potencialidades.

[III] A terceira análise irá responder os questionamentos oferecendo como respostas a necessidade de transformação radical na gestão da cidade, admitindo que a escala prioritária de análise é o local e que a gestão estratégica e empresarial seriam a saída possível. Nesse sentido, aprofundaremos os elementos e conceitos tratados por Borja e Castells (1997), já apresentados no capítulo anterior como referências centrais na discussão dos novos modelos de cidade, que são extremamente compatíveis com as cidades turísticas.

Essa cidade renovada deve ter uma interferência direta do poder público, porém admitindo apenas a escala da cidade/município, e, um papel específico, entendendo que o foco é alterar a dinâmica da economia, e trazer a lógica empresarial para a cidade, no entanto, é preciso ter uma participação popular na construção dessa nova cidade e dessa nova gestão. Nesse sentido, os autores tratam da inovação democrática, uma grande “revolução política”.

[IV] A quarta análise será especificamente se os caminhos e alternativas estão atrelados a discussão sobre o Estado, projeto de desenvolvimento e políticas públicas. Há várias visões e concepções sobre o Estado, desde um Estado unicamente representante das classes dominantes até o Estado enquanto um agente neutro. Nesse sentido, buscou-se uma interpretação onde o Estado é um campo de relações, um espaço de disputa, onde há espaço para projetos menos desiguais, que tendem a interpretar a realidade para além da lógica de mercado, onde as políticas públicas são meios indispensáveis para se pensar o desenvolvimento da cidade, estado ou país, e, onde decisivamente há espaços para alternativas ao modelo de turismo, de cidade e de capitalismo dominante. Utilizaremos a referência de Poulantzas (1980), pela crítica a concepções dominantes de Estado e pela interpretação virtuosa da relação entre Estado e classes.

4.1 Os modelos dos impactos socioespaciais do turismo.

Principalmente pela condição do turismo ter se tornado uma atividade econômica em evidência no mundo, movimentando bilhões de pessoas ainda no século XX, e ainda constituindo novas relações sociais, muitos estudos tentam acompanhar e compreender as

mudanças, as dimensões, os impactos no espaço, considerando principalmente os impactos na vida da população residente das cidades turísticas, ponderando avanços e tensões em diferentes campos. Os modelos do turismo seriam justamente estudos avançados que conseguem perceber de alguma forma um padrão de evolução do turismo nos espaços, considerando momentos distintos, intensidades e ritmos variados, analisando as relações sociais entre turistas e residentes, contemplando uma série de impactos.

Os modelos podem ser importantes para apontar um certo padrão ou algum processo que se repete com constância e conseqüentemente servir como instrumento para pensar em políticas públicas e políticas de incentivo para o setor, para compreender melhor a relação de causas e efeitos da evolução do turismo no espaço, entre outros pontos, concomitantemente, reforça-se que os modelos não podem ser concebidos enquanto uma estrutura imutável e irretocável, pois nesse sentido a obrigação de uma linearidade, a dedução e a generalização podem provocar graves equívocos, quando casos escapam do padrão. É possível criar mecanismos para o controle, organização e planejamento do turismo, tendo consciência dos modelos de evolução do turismo, tanto os que caminham para a saturação da atividade e geração de conflitos até os modelos que consideram uma reversão de um desenvolvimento do turismo que caminha para a saturação, assim como é possível pensar em políticas para ajustar o turismo na cidade ou em regiões, com ações mais específicas, tendo em vista as especificidades locais.

O modelo citado como referência, IRRIDEX de Doxey (1975), é tratado por muitos como uma referência importante:

Barreto (2005, p.46) revela: Trata-se de um dos poucos modelos que tem sido testados e comprovados em muitos núcleos turísticos, sendo de grande utilidade para o planejador, que tem a possibilidade de saber que as etapas estudadas por Doxey podem acontecer e que, portanto, ao planejar, deve antever as conseqüências de cada uma delas. (AIRES ; FORTES, 2011, p.28)

O modelo trata da relação entre o turismo e a sociedade, considerando principalmente a interação entre turistas e residentes paralelamente à evolução do turismo enquanto atividade econômica no espaço. Aires e Fortes (2011) mostram as principais características do modelo IRRIDEX:

Doxey (1975) desenvolveu o Modelo Irridex, buscando identificar e explicar os efeitos cumulativos do desenvolvimento do turismo sobre as relações sociais e a evolução da mudança nas atitudes dos moradores com relação aos turistas. De acordo com esse modelo, em um primeiro momento, a população recebe os turistas com entusiasmo e euforia, o turismo é visto como fonte de prazer e desenvolvimento. Depois, a comunidade começa a sentir a pressão por parte dos turistas de ter uma infraestrutura turística mais completa, decorrente do aumento do fluxo, e o contato entre turistas e população torna-se menos pessoal. Neste momento, os residentes já ficam mais apáticos em relação à atividade e o turismo não é considerado mais novidade, e sim somente uma maneira de obter lucro fácil. Quando

o fluxo de turistas aumenta ainda mais, gerando mudanças na localidade como congestionamentos, preços elevados e outros, começa a exceder os limites de tolerância da comunidade, causando irritação. Os custos, neste momento, excedem os benefícios e a comunidade passa a agir com hostilidade em relação aos turistas. (AIRES ; FORTES, 2011, p. 24)

Dessa forma: euforia, apatia, irritação e antagonismo seriam os quatro estágios. O quadro a seguir apresenta e define com exatidão cada momento.

Tabela 4 O MODELO DE DOXEY

MODELO IRRIDEX DE DOXEY	
Fase	Relações Sociais
Euforia	Fase inicial do desenvolvimento turístico, na qual visitantes e investidores da atividade são bem vindos. O turismo é visto como fonte de emprego e renda pelos residentes
Apatia	Os visitantes são valorizados. O turismo é visto como uma atividade de lucros. O contato entre visitantes e visitados é mais formal. Existe o predomínio de interesses comerciais no contato com turistas por parte dos residentes
Irritação	Residentes tornam-se saturados com a chegada de turistas e passam a desconfiar e duvidar dos benefícios da indústria turística
Antagonismo	O nível de irritação dos residentes é amplamente expresso. Os visitantes são vistos como a causa de todos os problemas.

Fonte: AIRES; FORTES, 2011, p. 26

O autor propõe que o turismo seja introduzido enquanto uma atividade econômica importante capaz de gerar emprego e renda para uma localidade que de certa forma apresenta algum potencial, seja ele natural, cultural histórico ou geográfico. É interessante observar principalmente em casos do litoral brasileiro um movimento de “turistificação” baseado nas potencialidades naturais, principalmente praias, dunas, calor intenso durante grande parte do ano e se apoiando fortemente nos casos de sucesso, quase como um modelo pronto a ser replicado. Nesse sentido a cidade do Rio de Janeiro e destacadamente Copacabana se tornam exemplos nacionais. Apontamos anteriormente a partir principalmente de O’Donell (2015) como Copacabana se inspira em exemplos internacionais para se solidificar enquanto espaço turístico explorando centralmente a praia, e, de fato o desdobramento do desenvolvimento de Copacabana não é se tornar uma influência para o interior do estado do Rio de Janeiro, mas uma referência nacional. PEREIRA (2014), aponta justamente como Copacabana se torna um modelo nacional de espaço turístico de sucesso:

Por sua vez, os relatos jornalísticos evidenciam uma cidade que “abraça” o mar e o verão. Os prazeres da orla do Rio de Janeiro tornaram-se elemento comum nas pautas das colunas sociais dos jornais de grande circulação. Ao mesmo tempo em que escritores e jornalistas descreviam as práticas, os banhistas, os costumes e as classes sociais frequentadoras de cada praia, sedimentavam também padrões de comportamento que viriam a se tornar predominantes e amplamente difundidos. (PEREIRA, 2014, p. 57)

As potencialidades justamente reforçam que a atividade será frutífera, de fato gerando a euforia. O segundo ponto podemos também alinhar com a ideia de consolidação e expansão do turismo, com uma população residente já ciente dos potenciais da atividade e cada vez mais acostumada com os fluxos de turistas. A fase três de irritação pode contemplar muitos casos onde o fluxo de turistas multiplica a população da cidade por 3, 4, 5 ou até mais vezes, gerando inúmeros transtornos no cotidiano como a dificuldade de transitar na cidade, de estacionar o carro, de acessar serviços como mercado, padaria, banco, lojas, entre outros. E, por fim, a fase de antagonismo é quando os transtornos são levados ao extremo e quando os fatores negativos superam os positivos em relação ao turismo nas cidades. Acrescenta-se ainda os diversos impactos ambientais gerados a partir do consumo do espaço e dos elementos do meio ambiente, que podem justamente depreciar o “produto turístico”, e, ainda as instabilidades do setor de turismo, que depende de fluxos de turistas, que em muitos casos apresenta uma forte dualidade entre baixa temporada e alta temporada, produzindo inúmeros empregos temporários, criando uma instabilidade financeira para parte da população que trabalha diretamente ou indiretamente com o turismo.

Doxey escreve em 1975, observando a evolução do turismo desde o século XIX na Europa, tornando-se cada vez mais maduro e complexo no século XX, e, também percebendo o crescimento da atividade nos países subdesenvolvidos, com destaque para muitas ilhas que se consolidam enquanto espaços turísticos e de fato apresentam um crescimento econômico concomitante a uma dependência em muitos casos. E outro ponto, que Doxey não compreende o turismo apenas como uma atividade econômica, mas como uma relação social, que envolve turistas e residentes, que envolve uma série de impactos sociais do turismo, e, de fato, como a população reage a uma série de ações e processos. Há casos que o ritmo de lazer dos turistas acelerado, com festas e agitações contrasta com o ritmo de vida mais lento do cotidiano do residente, o que pode provocar uma série de conflitos.

O segundo modelo em análise é o de Butler (1980), que parte de uma estrutura similar a de Doxey, contudo além de apresentar um modelo mais complexo, o autor admite possibilidades de reversão de quadros onde os fatores e impactos negativos são predominantes.

Butler (1980) observava a evolução do turismo principalmente no continente americano, identificando espaços como parques nacionais, estações balneárias e espaços urbanos, em diferentes níveis de desenvolvimento do turismo.

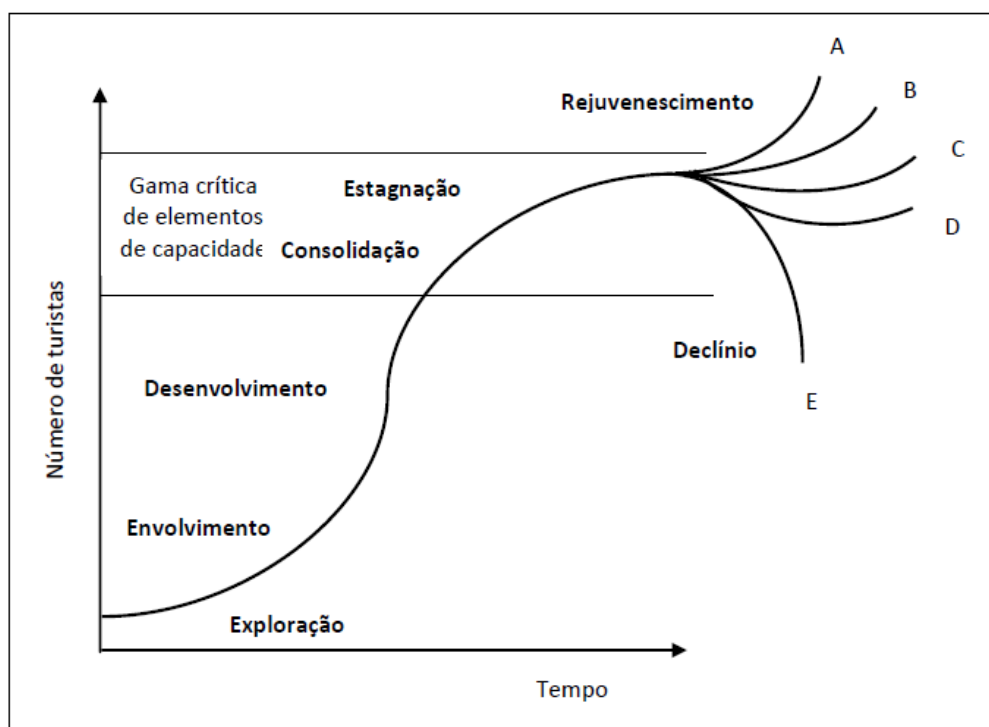
Desse modo, um modelo amplamente discutido em pesquisas sobre o turismo é o modelo de ciclo de vida de destinos turísticos ou o TALC (*Tourism Areas Life Cycles*) propostos por Butler (1980) (RODRÍGUEZ; LÓPEZ; ESTÉVEZ, 2007). A relevância desse modelo teórico se dá, uma vez que permite descrever e interpretar o desenvolvimento e a situação da atividade turística em função do tempo e do número de turistas em um determinado destino. Dessa forma, os gestores teriam em mãos uma ferramenta com a finalidade de evitar o declínio do lugar tomando decisões e planejando o turismo de acordo com o diagnóstico resultante da aplicação do modelo. (FALCÃO; GÓMES, 2010, p. 2)

Mais do que ações pontuais de um governo (nesse modelo de gestão alinhado a uma lógica empresarial), o modelo de Butler (1980) pode apontar realidades e processos que indiquem a necessidade de políticas públicas, que dialoguem com a cidade turística. Pensar isoladamente em políticas para o setor de turismo tirando o contexto espacial e temporal, a estrutura social, os elementos culturais, além de fatores políticos pode ser interpretado como um equívoco ou uma estratégia para beneficiar específicas frações de classe, em pequenos ajustes para melhorar números e condições, isto é, uma preocupação em potencializar lucros.

PAULA; STEIN; MECCA (2016) explicam a origem do modelo de Butler e a estrutura do modelo:

O ciclo de vida das destinações turísticas é uma derivação do ciclo de vida aplicado às empresas, que serve como estratégia para detectar a sua evolução ao longo do tempo. Em cada fase deste ciclo a empresa vive transformações e necessita se ajustar às mudanças que possam surgir. As fases do ciclo de vida das empresas são definidas como: criatividade (atribuída ao dono da empresa), direção (início de uma comunicação formal e a definição das áreas de produção e comercialização), delegação (surge o processo de descentralização), coordenação (surge os sistemas complexos de gerenciamento) e colaboração (resgate do espírito empreendedor, a colaboração e a espontaneidade) (Greiner, 1998). Esta situação acontece da mesma forma nas destinações turísticas onde, através da análise do seu ciclo de vida, é possível verificar as características de cada etapa e alinhá-las à realidade da destinação. Com isso, o modelo de ciclo de vida mais difundido no âmbito turístico é o de Butler (1980), que apresenta as seguintes fases: exploração, envolvimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação e, a partir dessa última, rejuvenescimento ou declínio (...). (PAULA; STEIN; MECCA, 2016, p. 2)

Figura 30 O MODELO DE BUTLER



Fonte: PAULA; STEIN; MECCA, 2016, p. 2.

As fases de Butler funcionam como etapas a serem percorridas pelo espaço turístico, que reflete justamente o processo de desenvolvimento da atividade no espaço, gerando crescimento econômico e impactos de diversas naturezas. O primeiro ponto é a exploração, o início do desenvolvimento do turismo, voltado para o interesse de pequenos grupos em um espaço potencial, porém sem nenhum tipo de organização do espaço para o turismo, além disso os impactos sociais e ambientais são reduzidos.

A segunda fase é o envolvimento, que já demonstra não só o crescimento do número de turistas, mas também a frequência dos turistas nesse novo espaço, que começa a ganhar características de um espaço turístico, como ter as primeiras acomodações para os visitantes. Percebe-se um contato entre os residentes e os turistas e moradores temporários, o início do marketing e publicidade da cidade para atrair turistas. No envolvimento os residentes começam a acreditar no turismo enquanto uma atividade potente, por experimentar alguns benefícios. Mesmo não tendo um planejamento ou uma organização em pleno desenvolvimento, há alguns experimentos percebidos em muitos casos, um verdadeiro esboço de processos como a urbanização turística e a criação de políticas para o turismo.

A terceira fase é o desenvolvimento onde há uma estrutura mais definida do turismo, uma consolidação do espaço diante do mercado turístico, um certo reconhecimento e referência mesmo que em escala regional. Há um processo de modernização ou evolução das instalações,

espaços, objetos e infraestrutura do turismo e que interfere no turismo. A paisagem é alterada e já representa as características marcantes de um espaço turístico. Eventos, espaços culturais e naturais, atrações existem nessa fase junto a um crescimento do número de turistas, que impactam de diversos modos na localidade.

A quarta fase é a consolidação onde há um domínio do turismo frente as outras atividades econômicas. Há uma política de turismo e investimentos mais precisos; estratégias e tentativas tanto de conquistar mais turistas, quanto dos turistas permanecerem mais dias na localidade; maior presença do capital privado e de instalações turísticas de diferentes naturezas, desde pousadas mais simples até hotéis mais sofisticados, podendo contar com grandes corporações nacionais e internacionais. Os residentes já enfrentam algumas dificuldades ou pelo menos uma mudança de rotina com a presença de grandes fluxos de turistas em alguns períodos, o que já pode causar uma reação negativa.

A quinta fase é a estagnação, o principal ponto nevrálgico do modelo de Butler (1980), pois é quando o espaço turístico encontra uma série de limites: primeiramente com o número de turistas tão significativo que poderá ser o limite ou passar do limite de suporte da localidade, gerando inúmeros impactos negativos, principalmente sociais e ambientais. O histórico de desenvolvimento possibilita a existência de uma imagem consolidada de espaço turístico, como uma cidade turística ou região turística de referência, porém os fluxos de turistas podem diminuir, o espaço pode não se tornar tão atrativo, frente a um mercado competitivo de espaços turísticos, cabendo alguns destinos possíveis e, nesse sentido, é possível perceber no modelo de Butler que por mais que seja um modelo geral, essa fase de estagnação permite perceber diferentes possibilidades para os espaços turísticos, desde o declínio absoluto, até diferentes estágios até o rejuvenescimento com sucesso.

Interpreta-se que esse limite impõe mudanças e processos de reestruturação, tão observado em muitas cidades turísticas, inclusive as cidades com mais destaque no Brasil, como o Rio de Janeiro, e, exemplos internacionais como Paris. A necessidade de reinvenção pode ressignificar inclusive destinos tradicionais e consagrados, por conta de novos elementos, novas formas de lazer, novos espaços, novas decorações, novos eventos. No entanto, o declínio absoluto pode gerar impactos negativos em sequência, como a diminuição e precarização de serviços voltados ao turismo, diminuição de fluxos de turistas, diminuição do aluguel de imóveis, de alojamentos em pousadas e hotéis, o que gera consequentemente desemprego e falência de empresas, mudanças do uso do espaço, emergência de novas atividades e falta de confiança no turismo.

O modelo de Butler traz novos elementos em relação ao modelo de Doxey, considera o crescimento, o limite e o declínio da atividade do turismo, mas também considera a possibilidade de reversão de quadros onde os impactos negativos são preponderantes ou principalmente quando o turismo encontra grandes obstáculos para se desenvolver. Assim, a cidade, o estado ou o país teriam condições de se recuperar, reinventando-se e buscando novas alternativas para uma nova rodada de desenvolvimento do turismo ou ainda, tendo a chance de corrigir graves distorções e desigualdades, produzidas pela essência capitalista e reforçada em políticas de turismo sob a égide da lógica de mercado.

Ratifica-se que as ações, as políticas, as intervenções tomadas para reerguer o “turismo” ou para ultrapassar o limite da estagnação devem ser planejadas e executadas articuladas a políticas públicas, para superar a ideia de que apenas o crescimento econômico de uma atividade econômica é o bastante, mas pensar nos fatores sociais, ambientais, culturais e espaciais, exatamente para frear o desenvolvimento geográfico desigual, formas arbitrárias de administração pública, e uma produção do espaço pensada para o turista e grandes empresários, ferindo os preceitos de direito à cidade para parte da população residente mais pobre, e, isso inclui também o combate a formas precárias de trabalho, aumento exponencial do custo de vida etc.

4.1.1 Exemplos de cidades turísticas compreendidas a partir dos modelos de Doxey e Butler.

Os modelos devem ser compreendidos a partir da flexibilidade e admitindo ainda casos que não se encaixam com total exatidão nas fases de Doxey e Butler. Contudo, é possível citar uma série de exemplos onde os modelos conseguem explicar a realidade de cidades, estados, regiões e países ou ainda de estudos que utilizam os modelos citados como ferramenta de compreensão da evolução do turismo em certos espaços.

[I] OS ESTUDOS DE PECK E LEPIE (1989) – Os autores realizam uma minuciosa análise de três localidades da Carolina do Norte (EUA) apontando o desenvolvimento do turismo no intervalo de 15 anos. O turismo tem um desenvolvimento completamente distinto nas localidades do mesmo estado e apresenta um desenvolvimento mais sólido economicamente em Harkers Island, ao mesmo tempo que possui atritos sociais mais constantes entre residentes de comportamento mais religioso e conservador com os turistas de comportamento mais “liberal” e acostumados com festas durante muitas horas. Segundo os autores: A religião é um traço marcante da população local. Sábado é o dia de descanso, onde se dedica à igreja e a

visitar a família. Os visitantes de fim de semana não respeitam nem se adaptam a esse comportamento e a essa prática, com congestionamento e festas barulhentas.

Nesse caso a intensificação dos turistas e do turismo, e os conflitos entre um modo de vida geral dos residentes frente a um modo de lazer geral dos turistas e moradores temporários, impactaram diretamente no cotidiano da população, gerando a irritação podendo chegar futuramente ao antagonismo, dentro da perspectiva de Doxey (1975) e de estagnação podendo chegar ao declínio, como aponta Butler (1980).

A seguir, as fotos de Harkers Island mais recentes, reproduzindo a exata complexidade já analisada décadas anteriormente: Há uma forte tendência de elitização de alguns espaços da localidade, com a presente de um resort, de casas com píer e lanchas atracadas, ao mesmo tempo ainda há espaços verdes, áreas mais desertas e com baixa ocupação, apontando que o desenvolvimento do turismo continuou a acontecer mesmo que em um ritmo mais acelerado em alguns espaços e mais lento em outros espaços, ou até mesmo demonstra a resistência da população residente, que ainda conserva alguns espaços não ocupados plenamente pela atividade turística.

Figura 31 RESORT EM HARKERS ISLAND



Fonte: <https://www.crystalcoastnc.org/listing/harkers-island-rv-resort/15324/> Acesso em 16/05/2022

Além do crescimento de segunda moradias e de alojamentos turísticos, a cidade teve um aumento considerável de eventos, de diversas origens, que ajudam a aumentar a população da

ilha consideravelmente, fomentam o turismo, o comércio local, com destaque para festivais gastronômicos.

Figura 32 VISTA DE HARKERS ISLAND



Fonte: <https://budgettripguide.com/harkers-island-north-carolina/> Acesso em 16/12/2022

[II] OS ESTUDOS DE MILANO (2017) SOBRE O TURISMO EUROPEU– O autor faz um relevante estudo sobre o turismo europeu, destacando alguns casos impactantes, onde é possível afirmar que o turismo tem encontrados fortes limites e tem gerado transtornos, considerando ainda casos mais extremos com um sentimento de aversão ao turismo de massa e aos turistas, respectivamente o “overtourism e a turismofobia”. Um dos casos mais emblemáticos é o de Barcelona na Espanha, uma cidade reconhecida mundialmente como espaço turístico, contudo, nos últimos anos tem encontrado limites dessa atividade econômica, principalmente experimentado os efeitos negativos do turismo de massa, como afirma o autor, que de fato podemos encarar como efeitos e impactos do capitalismo com as especificidades da atividade econômica turismo.

Dentro desse quadro de saturação da cidade a partir desse modelo de turismo capitalista – chamado de overtourism - é possível destacar: a superlotação da cidade em momentos específicos, com a conseqüente falta de estrutura para comportar uma população inflacionada; a ocupação de diversas casas por moradores temporários, com novos costumes, em geral mais

agitados; a lotação de espaços públicos e a inviabilização do lazer por residentes; e, ainda diversos tipos de conflitos que transformam o turismo em um grande problema.⁶⁰

En el mes de junio de 2017 fueron publicados los resultados del Barómetro Semestral de Barcelona. Por primera vez desde 2011 el turismo ha sido identificado como el problema más grave en la ciudad por los propios residentes. La pregunta hecha ha sido la siguiente: ¿Cuál problema consideréis más grave en la ciudad de Barcelona en estos tiempos? (MILANO, 2017, p. 27)

Milano (2017) afirma que a percepção negativa em Barcelona ainda está ligada com o aumento de preços das residências, com a privatização dos espaços, com o entendimento da cidade enquanto negócio para as sucessivas gestões, e esse descontentamento já existe desde o início do século, contudo está cada vez mais radicalizado.

Figura 33 AIRBNB EM BARCELONA



Fonte: MILANO, 2017

As manifestações diversas dos residentes e a inclusão do turismo enquanto pauta dos movimentos sociais em Barcelona contribui para cada vez mais ter o acirramento entre residente e turistas, entre residentes e poder público, já que a cada grande fluxo de turistas muitos problemas são agravados e as intervenções e políticas que visam atingir diretamente ou indiretamente o turismo causam preocupações da população de Barcelona. (MILANO, 2017)

⁶⁰ Como grande referência desse quadro dramático do turismo em Barcelona, há como uma grande referência, utilizada por Milano (2017) o documentário Bye Bye Barcelona, que retrata as diversas questões citadas.

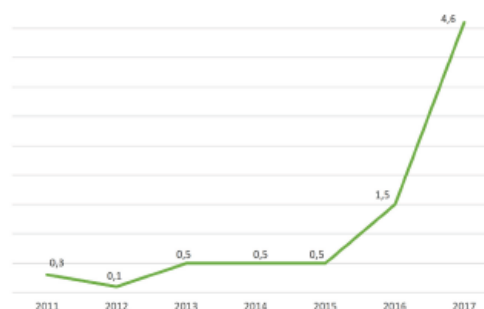
Figura 34 A PERCEPÇÃO NEGATIVA DO TURISMO DE BARCELONA

Percepción negativa del turismo en Barcelona

(¿Cuál problema consideráis más grave en la ciudad de Barcelona en estos tiempos?)

**Percepción personal negativa del turismo en Barcelona**

(Personalmente, ¿Cuál es el problema que más le afecta?)



Fonte: MILANO, 2017.

O autor também trata do caso de Veneza na Itália, outro caso emblemático de cidade turística reconhecida em todo o mundo e novamente um caso onde há a saturação da atividade do turismo, com inúmeros impactos sentidos pelos residentes, apontando justamente para os casos de limites do modelo de Doxey (1975) e de Butler (1980). Segundo Milano (2017) é possível sinalizar uma série de impactos do turismo na cidade de Veneza:

[I] Há um decréscimo considerável da população residente do centro histórico de Veneza, de uma população de cerca de 78 mil pessoas em 1990, para uma população de cerca de 55 mil pessoas em 2015, com o obrigatório decréscimo em cada ano desde 1990, mostrando que não há uma reação eficaz a esse processo.

[II] O número de pernoites por ano em Veneza é surpreendente, saindo de cerca de 6 milhões em 2003, e, com algumas oscilações nos anos seguintes, chegando a mais de 10 milhões em 2015, apontando para a tendência de um fluxo de turistas em muitos momentos consideravelmente superior ao número total de habitantes, a população de Veneza em 2017 era de cerca de 260 mil pessoas. O número de cruzeiros também acompanha essa tendência de crescimento, sendo ainda mais exponencial, saindo de 300 mil chegadas de cruzeiros em 1997, e 1,5 milhão em 2015.

[III] O alto valor do preço do solo de Veneza também é um fator preocupante, sendo um dos valores mais altos de toda a Itália, e, tendo uma explosão do valor do preço do solo no centro histórico e o Grand Canal, entre 12 mil e 20 mil euros o metro quadrado. Esses espaços se tornam extremamente disputados pelo mercado imobiliário e consequentemente espaços elitizados, espaços com uma forte pressão imobiliária, sobretudo espaços de repulsa de uma população que não suporta os altos custos.

[IV] O crescente número de aluguéis por plataformas como o Airbnb mostra uma tendência de várias cidades turísticas do mundo, onde o aluguel anual ou por períodos maiores estão ficando escassos, enquanto os aluguéis por temporada via plataforma estão substancialmente crescentes. Isso implica na concentração de aluguéis em períodos específicos com preços exorbitantes e a queda do preço em caso de baixa temporada ou ainda a opção de não alugar em determinados períodos. O aluguel via plataforma por meses ou até mesmo por menos de 30 dias em uma alta temporada por significar um lucro maior que um aluguel médio anual, com gastos de manutenção da residência ainda reduzidos. O número de casas e apartamentos para uso turístico em Veneza é de 4513 (dados de 2017) o que significa mais de 70% dos alojamentos totais para uso turístico.

Figura 35 VENEZA – MAPA DE ALOJAMENTOS E ESPAÇO MAIS VALORIZADO PELO TURISMO



Fonte: MILANO, 2017.

[III] OS CASOS BRASILEIROS

Tratando de casos brasileiros, temos o já citado trabalho de Aires e Fortes (2011), um estudo sobre a aplicação do modelo de Doxey em Ponta Negra – Natal⁶¹, considerado o espaço mais turístico da capital do Rio Grande do Norte, com praias, hospedagens e serviços vinculados ao turismo. Na pesquisa as autoras constataram uma forte ligação da população com a atividade do turismo, seja via trabalho ou meramente com o contato, a partir de uma série de questionários.

Os residentes de Ponta Negra compreendem os impactos do turismo, identificando tanto os impactos positivos, quanto os negativos, contudo os primeiros ainda sobressaem. É possível

⁶¹ Relembramos que o exemplo de Natal foi tratado na tese a partir da análise do ordenamento territorial atrelado ao turismo, sendo a praia um ponto importante de atração de novos empreendimentos e investimentos, a partir do trabalho de CRUZ (1999).

ver elementos de irritação e descontentamento com o turismo, o que simbolizaria a fase 3 de Doxey ao mesmo tempo que a localidade se enquadraria também na fase dois, onde há em geral um bom relacionamento do residente com o turista e com o turismo, enquadrando-se na fase da apatia. As autoras apontam a dificuldade de interpretação da realidade de Ponta Negra a partir do modelo rígido de Doxey e que o caso de Ponta Negra não se enquadra com exatidão em nenhuma fase específica, contudo a conclusão das autoras é muito interessante, por compreender uma etapa além das fases, a transição. É difícil imaginar uma cidade turística que instantaneamente passa de uma fase para outra, logo é preciso admitir que há uma transição em cada etapa.

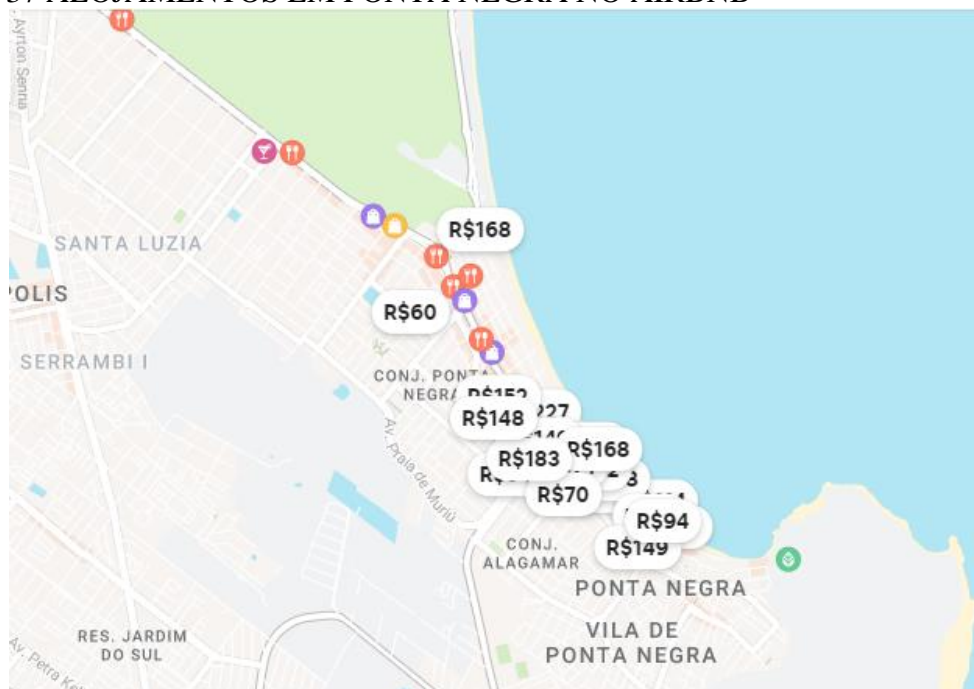
A transição pode carregar justamente as características de duas fases, em certo momento com as características de uma fase dominante e posteriormente com as características da fase seguinte, e, no caso do modelo de Doxey não há como retroceder nem reverter o quadro estabelecido, o que de fato parece impositivo e unidirecional, já o modelo de Butler considera reversão de quadros. O que o modelo de Butler aponta é uma questão muito importante: a cidade que evolui do desenvolvimento para consolidação e chega ao período de estagnação pode rejuvenescer ou entrar em declínio, diferente de retroceder fases, como um possível retorno ao estágio de desenvolvimento, já que a cidade que chega a estagnação possui características, marcas e experiências que não podem ser apagadas, então nessa lógica de acúmulo a fase de rejuvenescimento jamais poderá ser considerada um retorno a um estágio anterior, pois sempre será algo novo.

Figura 36 PONTA NEGRA - RN



Fonte: <https://itapemirim.com.br/natal-tem-praia-o-ano-todo-um-guia-para-voce-conhecer-a-cidade-mais-ensolarada-do-brasil/> Acesso em 16/05/2022

Figura 37 ALOJAMENTOS EM PONTA NEGRA NO AIRBNB



Fonte: AIRBNB – consulta para o mês de julho. Acesso em 16/05/2022

Retornando para a análise de Aires e Fortes (2011), as autoras apontam que:

Sendo assim, pôde-se classificar o destino em questão, no Modelo Irridex, tendo em vista a aferição de diferentes atitudes, mas classificando-as segundo seu grau de

intensidade e de frequência nas respostas dos entrevistados, como uma etapa de transição entre as fases de Euforia e de Apatia, haja vista o fato de que se por um lado, a população local vê o turismo como uma atividade econômica vantajosa, principalmente no tocante à geração de renda (isso foi dito por todos os entrevistados e descreve parcialmente a fase de Euforia) e deseja a vinda de turistas, por outro, problemas como o aumento da prostituição e criminalidade e o descaso do Poder com as questões ligadas à segurança e à qualidade de vida dos moradores do bairro já começam a apresentar indícios de insatisfação desses residentes com o turismo na localidade e futuramente isso poderá comprometer o tipo de hospitalidade predominante (mais doméstica do que comercial), fazendo com que o contato entre visitados e visitantes se torne menos pessoal (interesses puramente comerciais). (AIRES; FORTES, 2011, p. 31 e 32)

4.1.2 Considerações sobre o estágio de desenvolvimento do turismo em Cabo Frio e seus impactos.

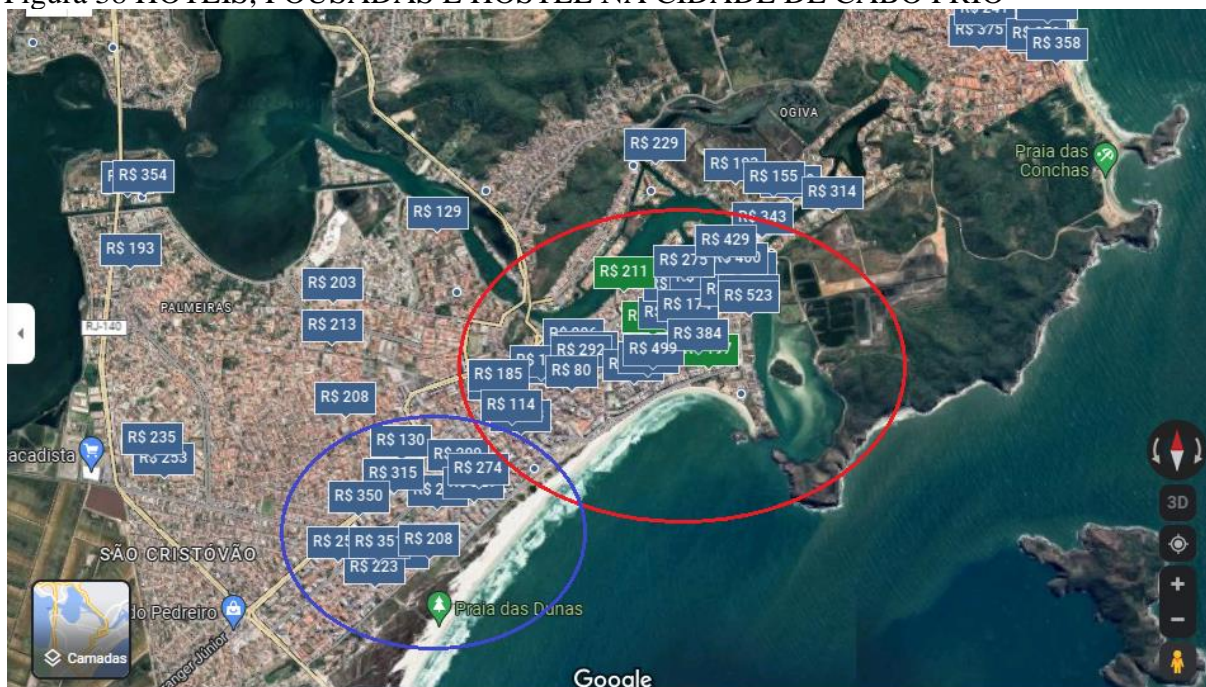
Devido aos grandes fluxos de turistas e moradores temporários principalmente na alta temporada, ou seja, nos meses de verão, a cidade de Cabo Frio em alguns casos já quintuplicou a sua população, fenômeno que tem impacto direto na economia da cidade, gerando novos empregos, tendo eventos e espaços de lazer e diversão, mas também, aumentando o congestionamento na cidade e nas vias de acesso até as cidades vizinhas, aumentando o preço de produtos e serviços principalmente no circuito turístico, aumentando as filas em mercados, padarias, lojas, lotando a praia do Forte e outras praias, demonstrando que a capacidade de suporte da cidade é inferior ao fluxo de turistas que recebe.

Da mesma forma que os impactos sociais do turismo levam de alguma forma à irritação e o descontentamento de grande parte da população, por questões similares as já apresentadas, a atividade significa a sobrevivência de parte da população, e de fato isso impõe em parte a uma aceitação, no sentido de apatia de Doxey, visto à falta de horizonte de novas formas de turismo e novos postos de trabalho. Assemelha-se também a fase de estagnação de Butler, por ser uma atividade já consolidada e apresenta justamente esse ponto de reflexão para um futuro ainda incerto.

Obviamente são considerações a partir da análise histórica da cidade, do desenvolvimento do turismo, do contato cotidiano com as pessoas e a partir de trabalhos recentes RAMÃO e MELO (2020), onde entrevistas foram feitas a partir da análise do trabalho na praia. É preciso aprofundar ainda mais esses estudos, atingindo principalmente a periferia da cidade, com entrevistas específicas para avaliar como os residentes avaliam o turismo na cidade.

No mesmo esforço de espacialização dos autores anteriores é importante frisar a enorme concentração de hotéis, pousadas e casas para o aluguel temporário entre o circuito turístico - da praia do Forte até o Canal do Itajuru.

Figura 38 HOTÉIS, POUSADAS E HOSTEL NA CIDADE DE CABO FRIO



Fonte: Google maps. Acesso em 11/12/2020

Temos em destaque o circuito turístico demarcado de vermelho, e uma quantidade substancial de hospedagens, um reflexo da busca pela praia e da disputa por esses espaços valorizados. A praia valorizada além de transformar o espaço próximo a praia em um território de disputa, colocando pressão sobre os moradores para vender os imóveis, aumenta consideravelmente o preço do metro quadrado, o tipo de serviço presente nesse espaço, que representa uma série de serviços vinculados ao turismo e não ao uso residencial. O valor do metro quadrado de apartamentos do condomínio residencial Barramares XV, em frente à Praça das Águas e a Praia do Forte era de 22 mil reais e o preço médio do metro quadrado do bairro Passagem era de quase 7 mil reais no ano de 2018. (RAMÃO, 2016; RAMÃO, 2018a; RAMÃO, 2018b)

No destaque do círculo azul temos a continuação da praia do Forte no sentido bairro Braga e posteriormente sentido ao bairro Foguete que se situa no caminho para a cidade de Arraial do Cabo. Apontamos em RAMÃO (2015) que esse espaço deveria ser compreendido como um dos sentidos das novas construções de condomínios residenciais e rede de hotéis,

pousadas e similares, o que vem se confirmando nos últimos anos, principalmente, como opções secundárias para aqueles que não conseguem ter acesso a opções na parte mais valorizada e ocupada da praia do Forte.

Em RAMÃO (2018a) analisamos a cidade de Cabo Frio na alta temporada e na baixa temporada, identificando os grandes fluxos de moradores temporários nas proximidades da praia no verão e o pouco fluxo desses moradores temporários na baixa temporada, fazendo com que a orla da praia ora ficasse iluminada, ora ficasse com as luzes apagadas.

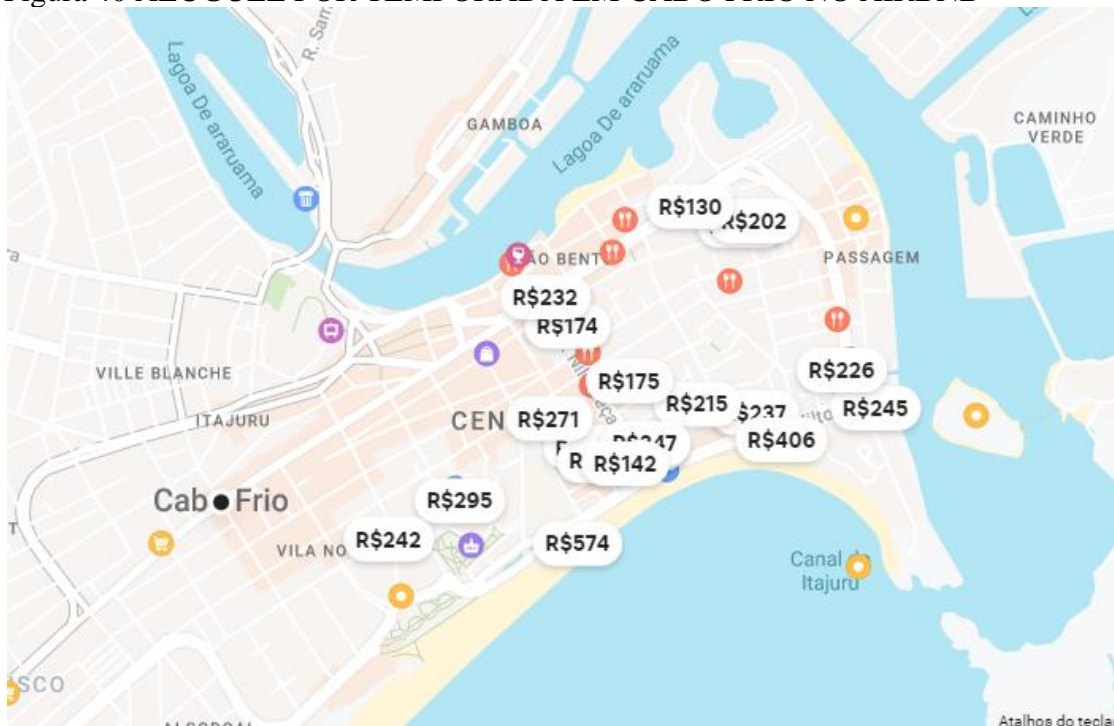
Figura 39 QUANDO AS LUZES ACENDEM E QUANDO AS LUZEM APAGAM



Fonte: RAMÃO, 2018a

Os domicílios que funcionam a partir da lógica de aluguel por temporada obedecem a mesma lógica dos hotéis, pousadas e hostel, apontando novamente as relações próximas entre o turismo de sol e praia e o turismo residencial, inclusive na ocupação dos espaços, no interesse por determinados espaços e na ordem de valor.

Figura 40 ALUGUEL POR TEMPORADA EM CABO FRIO NO AIRBNB



Fonte: AIRBNB acesso em 14/12/22

É nesse sentido que afirmamos que a praia valorizada socialmente, culturalmente e economicamente irá não só atrair a urbanização, mas também reconfigurar o processo de urbanização a partir de espaços que agora se tornaram extremamente valorizados, concentrando investimentos públicos e privados, empreendimentos, serviços, que sobretudo irão encarecer esse espaço, tornando-o alvo de disputas, de ajustes que pressionam os mais pobres, e de reformar urbanas recorrentes que irão valorizar o espaço já valorizado, e enfraquecer outros espaços da cidade fora do circuito turístico, carentes de investimentos, infraestrutura, serviços públicos. Reforça-se que não há duas cidades, mas um processo de desenvolvimento desigual, com um orçamento público totalmente desequilibrado, com investimento em obras e presença do Estado acompanhando essa estrutura desigual.

Há pelo menos outros dois pontos centrais na análise sobre o desenvolvimento do turismo em linhas gerais a partir dos modelos, que precisamos explorar, que é o nível de dependência dessa atividade econômica, e, conseqüentemente, a necessidade de compreensão do espaço, do tempo e da sociedade. Analisar uma cidade onde o turismo causa irritação, desconforto e repulsa e a sociedade tem outras alternativas de trabalho e sobrevivência, ou grande parte da sociedade está na condição apenas de residente e não de classe trabalhadora do

turismo, é diferente de analisar o estágio ou condição do turismo em uma cidade que grande parte depende do turismo para a sobrevivência e o turismo se impõe como atividade econômica principal e dominante.

Há um contexto histórico e espacial onde o turismo evolui na cidade, e questões basilares que explicam as causas do turismo ser a atividade central com absoluto destaque ou o turismo ser uma atividade auxiliar ou complementar, além disso, é preciso também incorporar a discussão do nível do desenvolvimento, ou seja, de cidades turísticas em países desenvolvidos e cidades turísticas em países subdesenvolvidos. A análise das cidades turísticas não pode ser descontextualizada nem tratada a partir apenas de questões quantitativas, já que a atividade que explora a classe trabalhadora, que transforma trabalhadores em “precariado da praia” nas cidades de turismo de sol e praia (como tratam RAMÃO, MELO, 2020), com rotinas de trabalho longas e em muitos casos insalubres, pode ser a única garantia de sobrevivência dessas pessoas. Exatamente o sentido da análise do privilégio da servidão de Antunes (2018), que aponta o cenário dramático de desemprego por inúmeros fatores, e, destaca em alguns casos que a precarização do trabalho se torna “privilégio” nesse contexto específico, logo, a interpretação da relação entre residentes, trabalhadores do turismo, turistas e cidade turística, não pode ser desarticulada dessas questões destacadas, até mesmo a construção de questionários para a avaliação de como a população geral da cidade turística se relaciona com o turismo e o turista deve ser pensada a partir de toda a conjuntura.

O paradoxo cruel de uma cidade para o lazer do turista (externo) e do trabalho precário e insalubre para parte da população residente, que tem na praia o espaço central de lazer e exploração, ainda reserva características ainda mais assustadoras, como os casos de crianças trabalhando principalmente junto à família nas praias, e novamente com o destaque da Praia do Forte, seja vendendo milho, balões e bexigas, pizza ou até mesmo doce.

Figura 41 CRIANÇAS VENDENDO DOCES NA PRAIA DO FORTE - A PRECARIZAÇÃO COMEÇA NA INFÂNCIA.



Fonte: RAMÃO, 2019.

A imagem de crianças de periferia na praia do Forte com caixas de doce na mão é dura, sintetiza e representa o trabalho na praia nas últimas décadas na cidade de Cabo Frio, que não tem servido para emancipar a população residente, mas serve ao aprisionamento em condições precárias de vida e trabalho. Dessa forma, a superexploração do trabalho na praia começa na infância, participando da rotina de trabalho e assumindo funções dentro de uma lógica familiar ou não. O doce, alimento em geral desejado pelas crianças, aparece tão distante delas, como uma possibilidade de consumo, quanto à praia enquanto um espaço de lazer.

É importante reafirmar que o direito ao lazer para os trabalhadores da praia é quase que completamente retirado e isso inclui as crianças. As jornadas de trabalho começam a partir de 6:30 e acaba posterior às 19 horas nas areias da Praia do Forte, onde ainda é possível encontrar turistas e consumidores na praia, e, no caso dos restaurantes da orla, regulamentados e portanto sem crianças trabalhando, funcionam em rotinas distintas - o horário de saída significa muitas

vezes a madrugada (nesse caso com dois turnos ou com o início no fim da tarde). A falta de direito ao lazer para as crianças muitas vezes está combinada a falta do direito de estudar, ou a grandes prejuízos, já que o ano letivo para quem trabalha na praia acaba mais cedo e começa mais tarde, sem contar com a adaptação do calendário escolar, e ainda é possível identificar a restrição ao direito à moradia de qualidade, da segurança por contos dos espaços violentos, restrição ou falta de saneamento básico, do direito à cidade e do direito à infância. Amplia-se aqui a noção de trabalho precário para uma vida precária. (RAMÃO; MELO, 2020)

Os modelos apresentados e a aplicação desses modelos em cidades com condições distintas, junto às políticas públicas e às políticas de investimentos no setor devem ser pensadas a partir de uma análise ampla e contextualizada, ponderando o nível de dependência do turismo para a cidade específica. Ter uma economia diversificada, com o turismo sendo uma das atividades econômicas seria a condição ideal para as cidades, estados e países, não apenas por ser uma condição geral importante, que valeria para qualquer atividade econômica, mas pela fragilidade da economia do turismo, que pode ser facilmente afetada por desastres naturais, por impactos ambientais, por crises financeiras, por conflitos sociais, entre outros pontos, já apresentados como fatores que impactam diretamente na economia do turismo.

Nesse sentido, em muitos casos tratando de cidades turísticas, apenas políticas e ações do governo local podem ser limitadas para reverter quadros de estagnação e declínio (BUTLER, 1980) ou que deixem chegar ao estágio de irritação e antagonismo (DOXEY, 1975). Consequentemente, ações e políticas locais que não posicionam a cidade em um contexto histórico, espacial, social e econômico são ainda mais limitadas, podendo inclusive para criar obstáculos para o desenvolvimento ou recuperação da cidade turística. Portanto, a importação de modelos de cidades ou especificamente de cidades turísticas, historicamente percebida no Brasil, seja a Paris do século XIX importada para o Rio de Janeiro do começo do século XX, o Plano Agache pensando para Cabo Frio na década de 1930, e vários outros exemplos brasileiros, devem ser pensados com parcimônia, justamente quando esses modelos excluem a realidade espacial, social, cultural, e uma série de fatores.

Até mesmo se pensarmos em políticas a nível estadual e federal, que trabalham a partir de outras escalas, como a regional, ou ainda com a formação de megarregiões que atravessam estados, é de suma importância posicionar o recorte espacial em questão no tempo, no espaço, na sociedade, levando em conta essa série de elementos fundamentais inclusive para o sucesso das políticas, e, trabalhando com os modelos de desenvolvimento do turismo, justamente para perceber as aproximações e os distanciamentos dos estágios das cidades e estados.

Em muitos casos de cidades, regiões ou países turísticos a falta de compreensão do estágio do turismo no espaço, da relação dos residentes e trabalhadores com a atividade e com o fluxo de turistas, a falta de análise do contexto e da dependência, são elementos decisivos para a quase inutilidade ou pouca efetividade das políticas, principalmente pela falta de compasso entre a política e a necessidade real, sem considerar ainda o nível de participação popular, de conhecimento técnico, para a formulação das políticas, que é um tópico a ser discutido nos novos caminhos da gestão.

A própria análise que salientamos sobre a produção desigual do espaço a partir da praia nas cidades de turismo de sol e praia pode ser articulada com a aplicação dos modelos citados, obviamente com os outros pontos aliados, para oferecer uma compreensão mais robusta. Por mais que o processo de produção desigual do espaço seja uma ocorrência do capitalismo, e, ainda tenha especificidades nas cidades turísticas com o segmento específico que transforma o espaço da praia enquanto um vetor da expansão urbana desigual ou reconstituiu o processo de produção do espaço urbano a partir de uma lógica nova, é preciso encarar os contextos diferentes e os estágios diferentes do desenvolvimento do turismo. A produção desigual do espaço que ressignifica e revaloriza os espaços na cidade turística do Rio de Janeiro, de Fortaleza, de Salvador, de Cabo Frio ou de Praia Grande podem conter aproximações e características completamente distintas, e, não necessariamente a ação, as políticas para o setor da economia, as políticas públicas para atacar a desigualdade, serão as mesmas ou terão os mesmos resultados.

4.2 O turismo comunitário: a alternativa pelo ajuste do modelo econômico

Diante desses graves quadros apontados nas análises das cidades turísticas via modelos de desenvolvimento do turismo, a partir da rejeição ou descontentamento da população, do fracasso ou instabilidade da economia do turismo e/ou dos impactos sociais e espaciais desiguais e nocivos, uma das saídas é pensar em novas formas de turismo, na crença que a mudança do perfil ou modelo dessa atividade econômica sanaria as questões, problemas, limites e obstáculos apontados. É preciso fazer o debate primeiramente sobre o significado do turismo comunitário ou turismo de base comunitária, aqui interpretamos com o mesmo significado, sobretudo, como esse turismo se apresenta e quais são os exemplos que temos, as limitações e contradições, e, finalmente, se é o ajuste do modelo de turismo capaz de se constituir uma

alternativa potente e eficiente para atacar a produção desigual do espaço nas cidades turísticas.

O turismo comunitário ou turismo de base comunitária surge à primeira vista como uma alternativa ao turismo de massa, ao turismo que tem o apelo de consumir de forma desenfreada os elementos do meio ambiente e do turismo com a lógica de mercado voltado a perspectiva de grandes empresas, grandes empreendimentos multinacionais. Assim, esse segmento de turismo teria um forte vínculo com o território e com a comunidade que ocupa esse território e possui relações históricas. Diferente de uma rede de hotéis e resorts que se multiplica por espaços de todo o mundo, ora adaptando-se a questões locais, ora “ignorando” completamente seu entorno espacial, a lógica do turismo comunitário é aproveitar todo o conhecimento, a história, a cultura, a prática espacial, de uma comunidade, transformá-la em produto e em produção única, sendo assim extremamente difícil replicar as mesmas características do turismo comunitário de um espaço em outros espaços, por conta das especificidades, contudo, é possível pensar em uma estrutura ou pelo menos elementos basilares para fortalecer esse modelo de turismo.

Segundo Maldonado (2009) compreender a importância do patrimônio comunitário é fundamental para o estabelecimento do turismo comunitário, o que seria um dos aspectos mais importantes, e o que de fato, um ponto que cria um alicerce entre o turismo comunitário e o espaço local:

O patrimônio comunitário é formado por um conjunto de valores e crenças, conhecimentos e práticas, técnicas e habilidades, instrumentos e artefatos, lugares e representações, terras e territórios, assim como todos os tipos de manifestações tangíveis e intangíveis existentes em um povo. Através disso, se expressam seu modo de vida e organização social, sua identidade cultural e suas relações com a natureza. (MALDONADO, 2009, p. 28)

São elementos que unificam cultura, história, espaço e natureza, que mostram o modo de vida, a produção do espaço local, o conhecimento dos elementos do meio ambiente, os saberes constituídos e muitas vezes uma série de produções dessa comunidade. São esses elementos materiais e imateriais, que podem ser potencializados, para fins de comercialização. Podemos citar: comidas típicas, costumes, atividades diárias comuns, ritos religiosos, conhecimento da dinâmica de florestas, rios, mares, da vida dos animais, além do conhecimento de plantas medicinais, produções artísticas, entre outros elementos diversos.

Quando se visita uma comunidade com fins turísticos se almeja geralmente buscar essa originalidade, diversos aspectos culturais e históricos, aproximação com os elementos do meio ambiente e as especificidades territoriais. Por isso a importância da originalidade na construção da proposta do turismo comunitário, que não deve ser imposta de fora pra dentro da

comunidade, e, sim construída a partir da comunidade, podendo ter auxílios do poder público, de ONGS, da universidade, justamente porque a atividade do turismo implica na formalização da atividade, de arrecadação, de gastos, investimentos, estruturas, roteiros, e vários elementos que nem sempre a comunidade terá a capacidade técnica de resolver.

Hassan Zaoual(2009) irá fazer um importante debate sobre a originalidade x a superficialidade e o repetitivo no turismo, fazendo a contraposição entre o turismo comunitário e o turismo de massa, trazendo para o contexto das últimas décadas, onde o avanço técnico, científico e informacional possibilitou o maior deslocamento de pessoas e de informações no mundo, mesmo considerando a desigualdade do processo, por consequência possibilitando maior fluxo de turistas no mundo.

Segundo o autor, é possível perceber o enfraquecimento do turismo de massa, que teve um ciclo historicamente vigoroso no século XX, gerando muito lucro e muito consumo, alcançando diversos espaços no mundo. Consequentemente, é possível comparar o esgotamento do turismo de massa com o esgotamento do fordismo, apontando que o turismo também tem seus “ciclos econômicos”, seus limites e obstáculos, logo, estruturas e características que são superadas. O turismo de massa é também chamado pelo autor de turismo fordista, nitidamente fazendo a comparação com a lógica consumista desenfreada, repetitiva e de larga produção e alcance. (ZAOUAL, 2009) Reforça-se o processo de padronização de muitas cidades turísticas, com destaque para o turismo de sol e praia, que reproduzem uma estrutura espacial de praia, orla e prédios, de espaços turísticos similares, de transformação de atividades basilares como a pesca em “peças de museu”, até pontos turísticos repetidos com a frase “eu amo a cidade”.

Há alguns obstáculos para o “turismo fordista”: primeiramente a uniformidade do turismo de massa, e a ideia de repetição, culminariam em uma sensação de monotonia, fazendo com que uma série de destinos perdesse o valor atrativo; o segundo ponto é o crescente desejo pelo turismo de diversidade, pelo turismo do exótico, sem a presença das grandes massas, com valor histórico, cultural, sobretudo com elementos reais, superando as artificialidades e superficialidades dos destinos de massa; o terceiro ponto é a capacidade destrutiva do turismo de massa no espaço, gerando inúmeros impactos ambientais, sobrecarregando espaços, e causando danos irreversíveis que impactariam diretamente no próprio turismo, *o turismo de massa assim criaria barreiras para a sua permanência por uma longa duração.* (ibidem, 2009)

Avançando na ideia das barreiras criadas pelo turismo de massa é possível citar o paradoxo para as cidades turísticas que exploram elementos do meio ambiente: esses elementos se tornam produtos, e consequentemente precisam ser conservados, já que não se trata de uma

lógica industrial de produção, mesmo que muitos espaços turísticos sejam produzidos artificialmente como jardins, praças e lagos. O avanço da exploração do meio ambiente e de grandes impactos ambientais poderá impactar diretamente no desenvolvimento do turismo, com queda nos investimentos, do fluxo de turistas e de novos empreendimentos. Não se trata apenas de uma razão matemática, o aumento de fluxo de turistas e principalmente de consumo, de empreendimentos e serviços nas cidades turísticas culminará em impactos ambientais e econômicos. Assim, como é importante compreender a evolução da produção do espaço e como a política de conservação do meio ambiente irá atuar, nesse sentido, nem sempre restrita ao município, já que existe a forte possibilidade de um rio, uma lagoa ou uma praia atravessarem cidades, o que exige uma política regional e estadual.

Ou seja, as praias, que aqui exploramos com mais vigor, ou então lagoas, rios, florestas e vegetações diversas, dunas, entre outros elementos, quando explorados com intensidade, gerando graves impactos, podem ficar impróprios para uso ou simplesmente perder a qualidade, e, conseqüentemente o atrativo turístico perde seu valor. Uma praia poluída imprópria para banho é um fator de repulsa de turistas e quando o impacto permanece os problemas econômicos e sociais irão se multiplicar. Assim, é fundamental a conservação dos elementos do meio ambiente, uma produção do espaço planejada e tendo esses elementos como pontos prioritários para a expansão urbana, e o controle da atividade do turismo, do fluxo de turistas e do uso do espaço. Enquanto o turismo de massa em linhas gerais não apresenta uma preocupação com esse paradoxo, o turismo comunitário apresentado teoricamente e com vários exemplos práticos, colabora para a conservação do meio ambiente e para a conservação do turismo enquanto atividade econômica.

Por mais que seja difícil corroborar com a ideia de declínio absoluto do turismo de massa, principalmente observando alguns destinos tradicionais que continuam a ser frequentados em grande escala, como Paris, Orlando, Miami, Nova York ou ainda o fluxo para o litoral de vários países em busca de praias e sol, como acontece no litoral brasileiro, é possível compreender a expansão desse novo mercado. A busca por um turismo de diversidade e de originalidade, requer em muitos casos grandes deslocamentos quando tratamos de espaços turísticos em floresta, montanhas e áreas inóspitas, o que gera um alto custo, em outros casos os espaços do turismo de diversidade estão na borda de uma região metropolitana, em uma cidade pequena a poucos quilômetros de distância de um centro urbano ou no próprio centro urbano, nesses casos o acesso é mais facilitado.

Corroboramos com a ideia do autor dos limites do turismo de massa e dos graves impactos sociais e ambientais, o que podem levar realmente a uma série de problemas, e, de fato é uma discussão latente, como apontamos, na discussão do overtourism. Segundo Zaoual (2009), esse turismo diverso e original seria o turismo situado - associando a natureza, a cultura e uma economia que respeita a diversidade do nosso mundo. E, de fato, não seria constituído sob as mesmas bases do turismo de massa. O turismo situado abrigaria uma série de modalidades, como o turismo de proximidade, o turismo verde, o turismo exótico, e até mesmo o turismo de base comunitária, que por essência teria uma estrutura menos desenvolvida e sem a capacidade de suportar grandes fluxos, mas com a potencialidade do original, do vínculo espacial, cultural e histórico. Dessa forma, o autor conclui:

Há duas décadas, apesar do crescimento turístico mundial estimulado pela redução dos custos do transporte, os produtos que cobrem o turismo dito de massa marcam o progresso. Estes sinais, antes aventureiros, traduzem uma sufocação progressiva deste tipo de demanda turística. Historicamente, esta constatação foi feita em razão da *crise do regime de acumulação fordista* nos grandes países industrializados. Aliás, é o que traz, com certa defasagem no tempo, os trabalhos especializados na matéria que trata também da *crise do turismo fordista*. A observação das tendências da demanda turística mundial deixa entrever, com efeito, que esse tipo de modelo de produção de serviços turísticos não está mais totalmente em uso com a evolução das necessidades que o mercado exprime. A demanda turística tornou-se mais exigente, variada e variável. Ela tende a se focar cada vez mais sobre a qualidade e exprime as necessidades da cultura e do meio ambiente. Concretamente, a clientela procura *verdadeiros sítios* que combinam a autenticidade e a profundidade do intercâmbio intercultural de uma parte e a harmonia com a natureza e a memória dos lugares visitados em outro lugar. (ibidem, 2009, p. 56-57)

4.2.1 A institucionalização do turismo comunitário e os seus limites.

A declaração de San José, documento de extrema relevância para o turismo comunitário, é bastante incisiva na definição e nos objetivos desse modelo de turismo, apoiando-se na importância do patrimônio comunitário, e almejando a institucionalização desse modelo de turismo, que deve integrar políticas de turismo dos países, e, que por sinal deveria integrar políticas econômicas de forma geral, aliando ainda a políticas de cultura, de meio ambiente e políticas públicas.

(...) Nossa concepção de desenvolvimento do turismo é sustentado nos valores de solidariedade, cooperação, respeito pela vida, conservação e aproveitamento sustentável dos ecossistemas e da diversidade biológica que estes englobam. Consequentemente, nós somos contra qualquer desenvolvimento do turismo em nossos territórios que prejudique nossos povos, sua cultura e o meio ambiente. Nós esperamos que nossas comunidades possam prosperar e viver com dignidade, melhorando as condições de vida e de trabalho de seus membros. O turismo pode contribuir na concretização desta aspiração na medida em que fizermos dele uma atividade socialmente solidária, ambientalmente responsável, culturalmente

enriquecedora e economicamente viável. Com esta finalidade, exigimos uma distribuição justa dos benefícios que gera o turismo entre todos os atores que participam de seu desenvolvimento (DECLARAÇÃO DE SAN JOSÉ SOBRE TURISMO COMUNITÁRIO, 1994 apud MALDONADO, 2009, P.29-30)

A declaração de San José parte de pressupostos objetivos, preocupando-se com a conservação do território, da cultura e história, e, sobretudo, do valor econômico dessa atividade para a comunidade, reforçando que os benefícios do turismo devem retornar sempre para a comunidade. Logo, a proposta do turismo comunitário, segundo o autor, é ser economicamente viável, com um menor impacto ambiental, socialmente justo, democrático, e, que vise conservar a cultura e a história, o que de fato pode garantir a permanência dessa comunidade. Conseqüentemente, é uma proposta que em parte contraria os preceitos do turismo de mercado (de massa, fordista) que é dominante, e parte de uma lógica empresarial, de exploração massiva e de privatização dos espaços e dos elementos do meio ambiente, com exploração do trabalho, em uma lógica vertical, contando ainda com uma produção do espaço extremamente desigual, com a exploração intensa do trabalhador, e, do uso especulativo e espoliativo da terra.

Maldonado (2009) acrescenta que na América Latina esse modelo de turismo é recente, do final do século XX, e, destaca o turismo rural comunitário, como uma derivação do turismo comunitário. De fato, é interessante frisar a relação entre as comunidades desse segmento de turismo com o espaço rural, o que não descredibiliza o turismo comunitário em espaços urbanos.

O turismo rural comunitário (TRC) encontra-se presente atualmente em todos os ecossistemas da América Latina. O fenômeno tem sido observado em grande ascensão em locais de beleza paisagística excepcional, dotada de vida selvagem e de atrativos culturais únicos. Florestas primárias ou secundárias, sejam estas secas de altitude ou tropicais; áreas lacustres, insulares ou costeiras; manguezais ou salinas cobrem um vasto leque de zonas ecológicas: de exuberantes vales amazônicos aos gélidos altiplanos. Diversas comunidades estão se abrindo para o mercado graças a “*um turismo com selo próprio*”, combinando atributos originais e autênticos, mas sem perder a sua alma. (ibidem, 2009, p.25)

Outros dois pontos preocupantes são: a falta de políticas e incentivos para o turismo comunitário em vários países, em detrimento da forma de mercado, e, a pressão tanto dos proprietários fundiários e grandes produtores agrícolas, quanto do mercado imobiliário, que enxergam o espaço comunitário enquanto uma possibilidade de lucro e um espaço de valor turístico.

O secretário nacional de programas de desenvolvimento do turismo do ano de 2008, Frederico Silva da Costa, no prefácio do livro sobre turismo comunitário, aponta as mudanças

ocorridas no setor de turismo desde 2003, principalmente com a criação do Plano Nacional de Turismo, e, mostra os investimentos feitos especialmente no turismo comunitário:

O apoio ao turismo de base comunitária como uma ação do DCPAT⁶², capitaneada pela Coordenação Geral de Projetos de Estruturação do Turismo em Áreas Priorizadas – CGPE - tem como objetivo conhecer o potencial deste segmento, para, por um lado, agregar valor a alguns destinos, diversificar a oferta turística e, por outro, promover o desenvolvimento local e a inclusão social, em virtude das características peculiares da organização e estruturação dos produtos e serviços turísticos denominados como de base comunitária. Em 2008, por meio do edital de chamada pública, foram selecionadas 50 propostas para apoio nos exercícios de 2008 e 2009, representando 19 unidades da federação, e cerca de 100 municípios, com orçamento total previsto de R\$ 7,5 milhões. Em 2008, foram formalizados, por meio de convênio, 22 projetos, distribuídos nas cinco regiões do Brasil totalizando um investimento de R\$3,36 milhões. (COSTA, 2009, p. 10)

É uma política importante, um avanço, que visa estabelecer um investimento no turismo comunitário, e, por consequência gera um apoio a cultura, a história, ao espaço e meio ambiente. Todavia, se comparado a outros valores investidos com programas de turismo vinculados ao turismo de mercado, ou a simplesmente grandes projetos, nem sempre com interesse popular, classificaremos esses valores como ínfimos. Ainda há um distanciamento considerável entre as comunidades e os setores públicos responsáveis pelo turismo, por secretarias e ministérios que produzem essa série de políticas. Maldonado (2009) novamente irá sintetizar os fins que o turismo comunitário deve ter:

A empresa comunitária é parte da economia social, mobiliza recursos próprios e valoriza o patrimônio comum com finalidade de gerar ocupação e meios de vida para seus membros. A finalidade da empresa comunitária não é lucro nem a apropriação individual dos benefícios que são gerados, e sim a sua distribuição equitativa, através do investimento em projetos de caráter social ou de produção. (ibidem, p.31)

Se o crescimento do turismo diverso, situado, comunitário é uma amostra importante pela busca de novos produtos no mercado do turismo ou pela concretização de políticas que incentivam esse modelo de turismo, que reforçam a preocupação com a cultura, a história o território e o meio ambiente, é possível afirmar que a expansão desse modelo sanaria a produção desigual do espaço na cidade turística junto aos inúmeros impactos sociais, econômicos e ambientais aqui apresentados?

Entende-se que há limites e obstáculos, e nesse sentido, identifica-se algumas questões centrais nesse debate que impossibilitam acreditar no potencial de transformação radical do turismo comunitário, atingindo principalmente questões urbanas, sociais, econômicas e relações de poder na escala da cidade, do estado ou país.

⁶² DCPAT – Departamento de Qualificação e Certificação e de Produção associada ao turismo.

[I]Primeiramente, é preciso compreender as raízes dos problemas nas cidades, estados e países turísticos, estabelecendo a aproximação e o distanciamento entre os processos do capitalismo, que acontecem antes da emergência do turismo enquanto atividade econômica, e, principalmente, que acontecem concomitante a existência do turismo. Assim, algumas questões nitidamente não podem ser resolvidas pelo turismo, por serem questões de políticas públicas, de ajustes na produção do espaço, de questões históricas e basilares do capitalismo. A desigualdade, a tendência de concentração, a produção de empregos informais e precários, a desigualdade no direito à cidade são elementos produzidos no capitalismo, independente do turismo, mas que também ocorrem na cidade turística.

A exploração do trabalho nas cidades turísticas é uma característica capitalista de redução de custo de produção e obtenção de lucro, contudo a formação do precariado da praia que trabalha de forma intermitente com a alta e baixa temporada ou que é contratada exclusivamente para fins de semana prolongados e feriados, que se ajusta para receber grandes fluxos de transatlânticos em determinados períodos é a forma de precarização do trabalho do turismo (capitalista). Nesse sentido, formas comunitárias e cooperativas de trabalho são importantes iniciativas. A falta do direito à cidade se desdobra na distinção dos turistas e consumidores do espaço na cidade turística versus trabalhadores locais ou residentes periféricos, que não têm acesso aos espaços de lazer ou estão no espaço de lazer enquanto trabalhadores.

Essa compreensão serve também para não apontarmos o turismo como culpado por uma série de problemas e processos que ocorrem em espaços turísticos, que são procedentes do capitalismo ou derivados do capitalismo. Também não podemos generalizar os processos capitalistas ou acreditar que o capitalismo é idêntico, isto é, que sua materialização é uniforme, desde a distinção desses processos em países desenvolvidos e subdesenvolvidos, até a análise da presença e ação do Estado em cada caso, entre outros fatores. Logo, dificilmente trataremos de problemas complexos que envolvem a relação da economia capitalista com a economia do turismo, da produção capitalista do espaço com a produção do espaço turístico, com a iniciativa de um modelo de turismo diferente, como o turismo comunitário.

A limitação do turismo comunitário para tratar de questões que não compete a um segmento de turismo mostra a incompatibilidade entre causas dos problemas e soluções ou alternativas. É de grande potencial utilizar o turismo comunitário como uma ferramenta ou um braço de um projeto de desenvolvimento, porém acreditar que o turismo comunitário tem um potencial imenso em tratar de questões diversas é uma ilusão.

[II] É preciso distinguir o turismo comunitário orgânico, onde a comunidade é soberana no controle da atividade, mesmo quando apoiada e auxiliada por ONGs, por governos ou pela universidade, pois não há uma deturpação dos seus valores, das iniciativas controladas por grandes redes de hotéis, empresas de viagens, ou até mesmo por governos e outras organizações, que transformam a comunidade em objetos e mão-de-obra. Assim, certas “parcerias” acontecem com o selo de turismo comunitário, onde o pacote vendido é o transporte, as refeições, a segurança, e, a visita à comunidade é o ponto final, onde um valor mínimo é combinado com a comunidade e um alto valor é cobrado ao turista. A descaracterização da proposta continua com a falta de controle, soberania e gestão do turismo comunitário pela comunidade, que passa a ser a cargo da empresa intermediária ou do governo. Dessa forma, a comunidade passa a ser uma espécie de funcionária, a lógica horizontal e comunitária se transforma em uma lógica vertical e de exploração, a comunidade deixa de ser sujeito para se tornar objeto, e o recorte do que será apresentado pela comunidade pode ser definido pelos agentes externos.

O interesse de fantasiar uma prática exploratória de um turismo de mercado, de massa, com práticas convencionais, denominando de turismo comunitário é justamente se apropriar da marca ou do produto, que como já dito, cresce em buscas no cenário das últimas décadas. O turismo comunitário pode ser um produto lucrativo, contudo, reforçando, quando a comunidade perde a gerência, o controle e a autonomia sob a atividade, esse segmento perde a essência, portanto, iguala-se a outros modelos de turismo.

[III] Usando a realidade de cidades com o turismo de sol e praia como segmento central, onde há forte especulação imobiliária, grande domínio da rede hoteleira, de serviços vinculados diretamente ao turismo, de condomínios e prédios residenciais e/ou dominado por segundas residências, é difícil imaginar a permanência de comunidades, e, conseqüentemente do turismo comunitário, em espaços dentro do circuito turístico na lógica de mercado, pelo contrário, o processo histórico demonstra que a disputa por esses espaços significou a expulsão de comunidades.

Assim, a ideia de que o turismo comunitário irá se expandir por ser de grande interesse um turismo diverso em um contexto de monotonia e repetição esbarra nas relações de poder presentes nas cidades turísticas com grandes atrativos e espaços de extremo valor, como a praia. É possível pensar em um forte planejamento do Estado que evite a remoção dessas comunidades, é possível pensar na consolidação do turismo comunitário articulado em um

projeto maior de desenvolvimento, porém é difícil imaginar o recuo de grandes empreendimentos turísticos-hoteleiros-imobiliários e por consequência do turismo de massa, e, sobretudo que tantas mudanças se dariam sob a conjuntura de um governo neoliberal.

Retirar o crescimento ou possibilidade de investimento do turismo comunitário de um contexto de relações de poder é desconsiderar a realidade de muitas cidades turísticas e desconsiderar a relação entre frações de classes e Estado. Em muitos casos o turismo comunitário tem crescido nas bordas das cidades, em áreas mais distantes do centro e fundamentalmente, do circuito turístico oficial da cidade, e, quando estabelecido, esse circuito turístico é ampliado ou o espaço de turismo comunitário permanece isolado, como uma mancha do turismo sem articulação com o restante do circuito.

É preciso garantir políticas de investimentos, construção de infraestruturas para o acesso, a permanência e a qualidade da permanência do turismo nesses espaços, garantir a promoção desses espaços, em realidades onde vários outros atrativos disputam a atenção e o marketing (e de fato, imagina-se que o turismo comunitário pode ser mais um elemento e não um elemento de rivalidade com espaços turísticos da mesma cidade, estado ou país), e, buscar o controle da atividade aumentando a capacidade de sobrevivência, com a permanência dos elementos basilares, que conseqüentemente garantem o baixo impacto, uma menor agressão ao meio ambiente, e um crescimento econômico e social comunitário. Para acreditar nessa possibilidade é preciso conquistar o Estado, partindo da prerrogativa que ele está em disputa e não tem a tendência de unicamente servir as frações dominantes, um ponto que será desdobrado posteriormente.

[IV] A dificuldade de dimensionar o impacto turismo comunitário para além da comunidade envolvida. Essa é ainda uma discussão pouco desenvolvida e de fato difícil de estabelecer um padrão. Contudo, é pelo menos uma análise a ser considerada. Quando os exemplos de turismo comunitário, seja de aldeias indígenas, comunidades pesqueiras, comunidades ribeirinhas, comunidades especializadas em algum tipo de artesanato, entre outros exemplos, constituem espaços turísticos onde além de ter a recreação, há o conhecimento histórico, espacial, cultural e ambiental, em geral há um impacto localizado. Dificilmente o turismo comunitário irá irradiar sobre outros espaços, estimulando a articulação entre serviços, pessoas, gerando impactos econômicos e sociais para além da comunidade.

Nos exemplos sobre o sucesso do turismo comunitário em algumas cidades em geral se trata de como a comunidade desenvolveu a atividade ou como foi impulsionada a partir do governo, instituições e organizações, e, conseqüentemente o retorno financeiro para a

comunidade, a relação com o meio ambiente e conservação, a possibilidade de atingir grupos recorrentemente ignorados nas políticas públicas, entre outros pontos. Dificilmente teremos como o turismo comunitário impactou na economia de toda a cidade. Em alguns trabalhos acadêmicos em Bartholo (org) identificamos os impactos restritos do turismo comunitário: Do turismo comunitário de grupos indígenas, passando pelo espaço de tradição e cultura em uma cidade do interior, até o turismo de praia socialmente responsável em um espaço sem o fluxo do turismo de massa, ou seja, há uma limitação espacial do alcance do turismo comunitário.

Portanto, é preciso reconhecer o potencial turismo comunitário com uma alternativa para somar com outras modalidades de turismo e inseridas em um projeto econômico que admita outras atividades, também é importante destacar o baixo impacto ambiental de muitas propostas de turismo comunitário, quando são originais e orgânicas, o retorno econômico e social para a comunidade, contudo, é preciso apontar a dificuldade de imaginar o turismo comunitário isoladamente como responsável por reerguer ou sustentar a economia de toda a cidade, estado ou país.

4.3 A inovação democrática: a alternativa a partir da gestão.

Borja e Castells (1997) apontam como possibilidade a inovação democrática, que se enquadraria na nova forma de governo trabalhada pelos autores, a partir da gestão participativa, do planejamento estratégico e da produção da cidade turística enquanto empreendedora. Para os autores, o governo local seria capaz de dar respostas para os atuais desafios urbanos.

La innovación democrática es, probablemente, el aspecto más interesante del papel que asumen progresivamente los gobiernos locales. Creemos que esta obligación innovadora responde a tres retos distintos: el de la participación ciudadana, el de la cooperación social y el de la integración de las políticas urbanas. (BORJA; CASTELLS, 1997, p. 154)

A inovação democrática conseguiria criar um movimento de participação dos cidadãos. O governo local criaria os mecanismos dessa participação e estimularia a participação dos cidadãos. A inovação democrática parte de um princípio que nenhuma ação unilateral deve sobrepor decisões coletivas, nem decisões unilaterais do governo nem decisões unilaterais do mercado. A cooperação social, outro elemento importante segundo os autores, está diretamente articulada com a inovação democrática, pois trata principalmente de problemas e questões comuns entre os cidadãos, portanto tendo um interesse coletivo, como segurança, meio ambiente, atividades culturais, entre outros. E uma série de questões e problemas, inclusive

como os já citados, não pode ser encarada a partir de setores estanques do governo e sem comunicação. (BORJA; CASTELLS, 1997)

Em relação a América Latina os autores citam os graves problemas sociais, de infraestrutura e a questão democrática que foi diretamente banida em vários países com a emersão de ditaduras, logo, conseqüentemente, a gestão participativa, democrática e de cooperação se tornam inalcançáveis.

En América Latina, los procesos de democratización política y de descentralización del Estado revalorizaron durante la pasada década el papel de las ciudades y los gobiernos locales. Sin embargo las limitaciones de estos mismos procesos, los efectos sociales de las políticas de ajuste que se añadieron a las desigualdades y marginalidades heredadas, la debilidad del entramado socio-cultural de las ciudades y los graves déficits de infraestructura y servicios públicos han retrasado la emergencia de las ciudades como protagonistas. (BORJA; CASTELLS, 1997, p. 142)

Borja e Castells (1997) irão complementar afirmando que as grandes cidades latino-americanas irão emergir nesse contexto de cidades enquanto sujeito, cidades internacionais, entre outros termos, apenas na década de 1990, estendendo-se para a análise de cidades com gestão democrática e participação ativa dos atores sociais. A transição de governos ditatoriais para governos democráticos realmente será um fator decisivo para compreender esse atraso comparado a cidades europeias e até mesmo a dificuldade de introduzir perspectivas quase que contrárias as ideias impostas anteriormente.

Fazendo a articulação da inovação democrática com os modelos de Doxey e Butler, é possível afirmar que uma das possibilidades para os processos de irritação e antagonismo ou de estagnação, onde se torna evidente o descontentamento da população residente com os turistas e o turismo, em alguns casos com a geração de conflitos e até mesmo da rejeição, é buscar uma participação da população residente no processo de decisão de políticas locais. Dessa forma, uma série de questões e problemas simples e complexos podem ser tratados: como espaços a serem investidos, controle e organização do fluxo de turistas, regras para usos de espaços da cidade⁶³ – como uso dos espaços residenciais, espaços recreativos, espaços de eventos, entre outros. A inovação democrática pode ajudar a sanar ou minimizar os problemas de saturação da atividade do turismo, na organização do fluxo de turistas, na relação turistas e espaço, turistas e residentes.

⁶³ No documentário *Bye Bye Barcelona* os moradores locais reclamam da euforia dos turistas que estão em um ritmo de férias, tendo comportamentos inadequados (urinando na rua, chegando tarde nas casas, usando som alto) muitas vezes nas casas alugadas pela plataforma Airbnb, logo, dividindo o mesmo prédio com residentes da cidade, que possuem outro ritmo de vida. É tratado ainda o mau uso dos parques e espaços públicos, que vem sendo deteriorados.

Há muitos desafios para alcançar esses pontos tendo como campo de análise as cidades brasileiras, por uma série de questões sociais, históricas e culturais, que em muitos casos as distanciam das cidades europeias, exemplos centrais de Borja e Castells. Ao mesmo tempo, é possível também acreditar que alguns desafios possam ser superados. Há obstáculos e entraves da inovação democrática e na cooperação social, que merecem destaque e aprofundamento:

[I] A participação da população não pode ser manipulada pelo governo local, nesse sentido pode ter uma seleção dos pontos que serão debatidos e votados, uma espécie de participação controlada, tornando-se um problema quando o governo oferta pautas de pouco impacto e pouco interesse para a apreciação de toda a população e não coloca para a discussão pautas estratégicas e de interesses do governo ou de aliados. Há ainda a possibilidade de transformar a participação da população em consultiva e não deliberativa, de tornar audiências públicas improdutivas, colocando em espaços inóspitos, em dias e horários inviáveis para a participação popular limitando a participação da população por representantes de bairros ou organizações.

As audiências públicas ou eventos de participação da população que são aparentemente protocolares iludem a existência de uma inovação democrática, e, reproduzem uma gestão autoritária com uma nova roupagem, ainda sendo antidemocrática e articulada com os interesses das classes dominantes. No fim, nesses casos, as decisões e os rumos da cidade a partir do planejamento estratégico continuam a replicar os mesmos processos e interesses historicamente vigentes, entretanto, a partir de novos meios. Esse ponto atende não só a inovação democrática como a cooperação social, que pode ser igualmente forjada, tendo os mesmos resultados. A inovação democrática passa a ser a ilusão democrática.

[II] Quando o governo a partir de consultorias ou equipe própria utiliza da tecnologia para criar formas de participação da população, como na criação de aplicativos que auxiliam na gestão participativa e não garantem a participação de toda a população. Dessa forma, a partir do celular a população teria acesso a pautas da gestão pública e poderia auxiliar e participar das decisões. Hoje no Brasil existe um grande número de cidades que se utilizam de alguma forma tecnológica para incentivar a participação da população, partindo da ideia da popularização do celular. Novamente há obstáculos nítidos: primeiramente a falta de acesso à internet de parte da população, mesmo com o amplo acesso ao celular, e, obviamente que isso tem uma variação nas cidades brasileiras; posteriormente, a limitação de pautas, o valor apenas consultivo em alguns casos e a relação individual com problemas coletivos, a divulgação das votações e consultas, que pode ficar restrita a grupos políticos, a pessoas com maior acesso a informação.

[III] A ausência do debate qualificado sobre os problemas, o que é mais uma dificuldade na gestão participativa. Muitos temas importantes não estão ao alcance de toda a população, assim falta discernimento sobre o problema ou a questão, falta compreensão dos impactos na vida das pessoas, no espaço ou no meio ambiente. Logo qualquer mecanismo que esvazie a possibilidade de explicação para a população dessas questões mais profundas e se fixe em uma votação simples não qualifica a participação da população. Em muitos casos a falta de compreensão de parte da população sobre uma questão específica pode servir de base para a manipulação e para votação de pautas que verdadeiramente não atenderão o coletivo ou que terão graves impactos socioambientais, por exemplo. A audiência pública possibilita o contato com mais pessoas, em muitos casos ouvir opiniões, análises técnicas e distintas sobre o mesmo problema, enquanto o voto no aplicativo simplifica a discussão.

[IV] A falta de diálogo entre os governos locais – um problema crônico e histórico pelo menos no Brasil. Mesmo sendo problemas comuns como a questão de um espaço verde, uma área de serra, uma estrada estadual, uma lagoa, uma praia, um campo de dunas, que atravessam municípios, há uma dificuldade de uma organização regional ou por eixo, e, ainda uma dificuldade de diálogo das prefeituras com o governo do estado.

No contexto de proeminência dos governos locais e da competição intensa das cidades turísticas a cooperação social se torna ainda mais complexa, já que na compreensão de alguns prefeitos a sua cidade precisa de destaque maior que a cidade vizinha para pode atrair mais turistas e mais investimentos. A guerra dos lugares tratada por Milton Santos (2008) está presente de forma latente nas cidades turísticas, na busca pelos melhores investimentos, empreendimentos turísticos, eventos e turistas, nesse sentido tratando a cooperação como um entrave, o que de fato é uma concepção equivocada, já que é possível pensar o turismo regionalmente, e é necessário pensar questões ambientais, como os elementos do meio ambiente que superam o território de um município, a partir da escala regional e estadual.

A posição das cidades enquanto sujeito reafirma uma dificuldade de comunicação quando a competição antecede e é prioritária à cooperação:

A expressão “cidades com projeto” é utilizada por Borja (1996, p. 82). É mais uma das expressões recorrentes que contribuem para que a cidade apareça como sujeito. Essa qualificação das cidades, “com projeto”, pretende distinguir aquelas onde os governos locais, junto aos chamados “atores relevantes”, construíram um projeto de modernização e de reestruturação urbana para ressituar as cidades de modo competitivo no mundo globalizado. (SANCHEZ, 2010, p. 273)

E novamente, apoiando-se na crítica da autora para pensar elementos como a cooperação social e a inovação democrática trazemos algumas questões: será possível alinhar uma

perspectiva de gestão dita como técnica, articulada com os interesses do mercado, com preocupações, necessidades e questões postas pela população mais pobre? A gestão “técnica” e o planejamento estratégico no contexto brasileiro gerado a partir de consultorias externas produzirá diálogos com a população ou o “saber técnico” está hierarquicamente acima do saber da população?

Sabe-se que há interesses que são convergentes e outros que são divergentes no processo de produção do espaço urbano, e contando ainda com as especificidades das cidades turísticas, como a ocupação de áreas verdes por empreendimentos do ramo de hotéis e resorts, de shopping center, na ocupação da população pobre de áreas de interesse turístico e de ocupação do mercado imobiliário, e, do poder do Estado em gerir esses conflitos, seja proibindo ou liberando a construção em áreas de interesse ambiental, imobiliário ou turístico, removendo a população pobre de áreas próximas a praias, revisando o plano diretor, as áreas de preservação ambiental, como se evidencia no litoral brasileiro. E, de fato, ressalta-se os diversos elementos críticos abordados sobre a inovação democrática e cooperação social para se questionar se há realmente possibilidades para projetos de cidades democráticas e com gestão participativa.

Outro ponto, que justamente irá articular elementos da gestão com elementos do Estado é se essa “revolução política” a partir do local e a partir da gestão empresarial, estratégica, com inovação democrática e cooperação social é capaz de resolver os diversos problemas manifestados nas cidades turísticas, que são por muitas vezes questões do capitalismo e que apresentam raízes profundas?

Assim, não afirmamos que a discussão ampla produzida por Borja e Castells (1997) é inválida e descartável ou meramente uma análise neoliberal, refém integralmente da lógica de mercado, mas afirmamos que o caminho adotado pelos autores deve ser questionado e fatalmente encontrará obstáculos e limitações. A questão central é que é preciso pensar também o Estado, as políticas de Estado e o projeto de desenvolvimento, que estão para além da gestão local e empresarial, que estão para além do turismo, que estão para além da cidade. E ainda, reforça-se a distinção dos impactos do turismo e dos impactos na cidade turística, procedentes do capitalismo.

4.4 O Estado em disputa: Contribuições de Poulantzas.

O Estado é tratado no decorrer dos capítulos como um agente produtor do espaço fundamental para a compreensão da produção da cidade turística ou produção capitalista do

espaço turístico, estando diretamente relacionado com os vários pontos e processos. O Estado tem a condição de organização e planejamento do espaço, de produção de infraestruturas, produção de eventos, de facilitar e atrair empreendimentos diretamente e indiretamente articulados com o turismo, entre outros pontos. Concomitantemente, é possível pensar também que o Estado é extremamente importante para planejar e executar políticas públicas nas cidades, estados e países, e, de forma alguma deve ser diferente nos espaços onde o turismo é uma atividade dominante. Há talvez uma dificuldade em compreender que as políticas públicas, e poderíamos acrescentar as políticas urbanas, políticas na educação, políticas de desenvolvimento, são decisivas ou pelo menos importantes independentemente da atividade econômica dominante.

Os ajustes e políticas com impactos sociais e espaciais, inclusive favorecendo a população mais pobre, e, na especificidade de uma cidade turística, da população residente, deve ser função do Estado, que é igualmente capaz de agir no controle do fluxo de turistas, na criação de mão-de-obra qualificada e da geração de empregos, sobretudo, em uma produção do espaço que freie os ímpetus da lógica privatista de mercado e a superexploração do trabalhador, incluindo o turismo em um projeto de desenvolvimento que parta por princípios alternativos dos vigentes de forma dominante.

Poulantzas (1980) adverte sobre a necessidade de admitir variações do Estado capitalista, criticando as análises que uniformizam o Estado, e, podemos estender para análises que descartam o Estado como parte da alternativa, por reduzi-lo. O autor afirma que é preciso fugir de um Estado abstrato, de uma mera teorização sem considerar o Estado concreto, as relações de produção, a contextualização a partir das fases do capitalismo, entre outros elementos referente ao contexto amplo em que se inscreve esse Estado e das conseqüentes relações de classe. Ao tratarmos da necessidade de um projeto de desenvolvimento, onde o turismo seja parte do plano econômico, com políticas públicas, investimentos e ações, prevemos um fortalecimento do Estado, tanto para avançar em muitas pautas, quando para conter uma série de efeitos nocivos da lógica de mercado

Outra advertência importante a se fazer é que se o Estado não pode ser resumido à dominação da classe dominante, não se dispensa ou minimiza o papel das classes dominantes. O Estado apresenta uma ossatura material própria que não pode de maneira alguma ser reduzida à simples dominação política. O aparelho de Estado essa coisa de especial e por conseqüência temível, não se esgota no poder do Estado. Mas a dominação política está ela própria inscrita na materialidade institucional do Estado. Se o Estado não é integralmente produzido pelas classes dominantes, não o é também por elas monopolizado: o poder do Estado (o da burguesia no caso do Estado capitalista) está inscrito nesta materialidade. Nem todas as ações do Estado se reduzem à dominação política, mas nem por isso são constitutivamente menos marcadas. (POULANTZAS, 1980, p.17)

Poulantzas (1980) faz duras críticas a esse campo de pensamento que trata o Estado como unicamente objeto das classes dominantes, incapaz de reagir e de mudar essa condição, como se a função do Estado fosse meramente atender os desejos e necessidades das classes dominantes. Essa noção coíbe um campo de disputa muito potente; entende muitas vezes que alguns processos, projetos e ações sentidos por grupos periféricos são meramente desdobramentos e reflexos de benefícios das classes dominantes, que de alguma forma se estenderam para outras classes, como uma grande rodovia que alcança a periferia, ou então concessões para “manter o poder” e o controle.

Um Estado que é reflexo ou controlado unicamente pela classe dominante, sem questionamentos, sem possibilidades de disputa, tem seu poder consolidado. Os conflitos existentes não serão pela tomada do poder, já que conceitualmente isso seria impossível, pela essência do Estado ser das classes dominantes. Nesse sentido, Poulantzas (1980) considera justamente que o Estado é um campo de disputas e pode refletir as relações de poder e a luta de classes, sem estar alheio à sociedade, uma noção por exemplo que será percebida em Harvey (2008), quando faz um exame sobre o Estado para compreender o Estado (neo)liberal, e, critica a noção de Estado como algo externo (extraterrestre), sem refletir conflitos e estruturas sociais.

Ora, embora as relações de poder ultrapassem as relações de classe, tanto como não podem dispensar os aparelhos e instituições específicas que as materializam e reproduzem (o casal, a família), os aparelhos de Estado delas não se afastam. O Estado interfere com sua ação e consequências em *todas as* relações de poder a fim de lhes consignar uma pertinência de classe e inseri-las na trama dos poderes de classe. Dessa forma o Estado encarrega-se de poderes heterogêneos que se transformam em retransmissores e recenseadores do poder (econômico, político, ideológico) da classe dominante. (POULANTZAS, 1980, p. 50)

Reforça-se a advertência que Poulantzas (1980) percebe essas variações de Estado, do Estado liberal, a um Estado interventor de lógica keynesiana até o Estado fascista, então apesar de produzir por algum momento uma leitura geral do Estado, o autor considera e evolui na análise, e, somando com a ideia de que o Estado interfere de diferentes formas nas relações de poder presentes na sociedade.

Nesse sentido, o Estado se relaciona, influencia ou atinge diferentes classes, e, segundo o autor isso não acontece de forma padrão:

O Estado não produz um discurso unificado, e, sim, vários, encarnados diferentemente nos diversos aparelhos de acordo com a classe a que se destinam; discursos dirigidos às diversas classes. Ou então produz discurso segmentar e fragmentado segundo as diretrizes da estratégia do poder. O discurso, ou segmentos de discurso dirigidos à classe dominante e suas frações, e às vezes também às classes de apoio, são na realidade discursos confissões de organização. (POULANTZAS, 1980, p. 37-38)

Dialogando com algumas questões de ordem prática já tratadas: A produção do espaço que cimenta “a invenção de Copacabana” (O’DONELL, 2013) por exemplo, com a integração centro – zona sul, com túneis, pavimentação, construção da orla, e todo aparato discursivo para alçar um bairro inóspito à condição de um espaço supervalorizado, tendo a conexão direta com a civilização de beira-mar, do lazer, da praia, é, sobretudo, um esforço do Estado, que se repete nas mais diferentes cidades, estados e países. A comunicação com algumas frações da classe dominante é direta, expandindo o tecido urbano da cidade, no caso de Copacabana e privilegiando grupos sociais. No caso específico de Cabo Frio, quando o governo municipal negocia com o governo federal áreas da União para privilegiar grandes empreendimentos imobiliários privados, é mais um exemplo do Estado atendendo as necessidades da classe dominante, contudo, quando um projeto de estrada e condomínio é embargado na década de 1960, por conta de uma grande pressão popular de um bairro formado por pescadores e periféricos que seriam atingidos, junto a outras forças políticas, é uma forma contundente de mostrar que há luta de classes, conflitos entre as classes, disputa do Estado e possibilidades de classes menos abastadas vencer a disputa pelo Estado. Assim:

Obviamente, tal processo não nasce imediatamente com a construção da ponte, que constitui apenas um marco representativo de um momento de evidência de tal fenômeno. Ainda nos anos 60, um estudo de caso ocorrido no bairro da Gamboa deixa clara tal afirmativa. O caso a ser citado envolve uma empresa do grupo Cesar Tedin, que iniciou, nesse período, obras que visavam à abertura de uma estrada no alto do Morro do Telégrafo, com o intuito de inaugurar um loteamento com vista privilegiada da cidade. Segundo o Deputado Janio Mendes, neste período, um grupo de moradores liderados por João Pereira da Silva, vulgo “João Burro”, Durvalino Narciso Leal, Daldevino José Rodrigues¹⁵, Domício Rodrigues e Oswaldino dos Santos e outros, foram para o enfrentamento e (...) conseguiram impedir as obras. Para isso mobilizaram o Advogado Antônio Carlos Sigmaringa Seixas, que na Capital, conseguiu apoio do Presidente Juscelino Kubitschek, determinando, pelo SPU, a suspensão da obra. Este feito se deu em razão da militância do Sr. João Burro junto ao Partido Comunista. (MOURA, 2013, p. 54)

Por mais que tenham elementos teóricos centrais basilares, o Estado concreto irá produzir nuances e combinações dos resultados das relações de classe, do contexto espacial, temporal, social, econômico e político, com a capacidade de transformação e de disputas. Por isso há uma dificuldade em estabelecer medidas padronizadas, um projeto de desenvolvimento único, o crescimento de atividades específicas para todas as realidades e até mesmo a importação de ideias descontextualizadas.

Quando tratamos de um projeto de desenvolvimento de construção coletiva usamos do conceito de inovação democrática desenvolvido por Borja e Castells (1997), com todas as

advertências feitas posteriormente sobre a participação realmente democrática e com conteúdo. Apenas um Estado que não se configure como neutro ou como uma extensão do domínio das classes dominantes tem a possibilidade de construir uma proposta coletiva, pois há o entendimento de um Estado em disputa, ativo e com possibilidades de mudanças reais na realidade econômica, política, social e de transformações espaciais.

É preciso inserir o turismo como uma atividade econômica do processo de desenvolvimento, contando com outras atividades, e frisar a necessidade da investigação e do estudo do espaço, da sociedade, da economia, da cultura, entre outros aspectos, para identificar as potencialidades a serem exploradas. As tentativas de criar um apelo turístico superficial, artificial ou forjado podem garantir o sucesso por algum tempo e a partir de alguns grupos, mas há limites, principalmente para os turistas que procuram a originalidade e autenticidade.

Há uma advertência importante: a obra de Nicos Poulantzas oferece uma série de recursos, análises e elementos teóricos e metodológicos de discutir o Estado. Essa discussão mais aprofundada sobre o Estado é fundamental para entender as possibilidades de concretização de um projeto de desenvolvimento com todas as características que apontamos, compreendendo as limitações da lógica de mercado, justamente pelos objetivos contidos no seu âmago. A análise do Estado enquanto campo de disputa, que nos apoiamos, está desenvolvida no fim da carreira do autor, mas com pleno entendimento que há uma evolução do pensamento sobre Estado. A questão jurídica e política, a questão dos aparelhos ideológicos do Estado, a aproximação e afastamento de autores, como a relação com Althusser, fazem parte do processo de evolução do pensamento do autor

A obra de Nicos Poulantzas situa-se fundamentalmente no terreno da teoria política e possui relevantes contribuições para o debate acerca do Estado e das classes sociais no capitalismo. Sua produção intelectual é marcada por descontinuidades que resultaram em reelaborações teóricas acerca do Estado capitalista e da estratégia socialista concebida para confrontá-lo (Jessop, 1985; Codato, 2008; Lazagna, 2017; Saes, s/d). Tal descontinuidade teórica pode ser observada quando cotejamos, por exemplo, o conceito de Estado capitalista presente em três de seus principais livros: Poder político e classes sociais, editado em 1968, em que o Estado capitalista é concebido como estrutura jurídico-política do modo de produção capitalista; Fascismo e ditadura, publicado em 1970, no qual o Estado capitalista é caracterizado como um conjunto de aparelhos repressivo e ideológicos; e O Estado, o poder, o socialismo, lançado em 1978, obra na qual Poulantzas passa a operar com o conceito de Estado como “condensação material de uma relação de forças entre classes e frações de classe” (Poulantzas, 1978, p. 141, grifos do autor). (MARTUSCELLI, 2021, p. 31)

Além dos elementos políticos, o Estado é concebido como decisivo na garantia de condições econômicas para o processo de acumulação do capital. Há um notório avanço no tratamento do Estado articulado com a política, a economia e a sociedade, principalmente quando é percebida a necessidade de:

Relacionar o arcabouço institucional do Estado com as relações capitalistas de produção e sua divisão social do trabalho. O estabelecimento dessa relação já era uma primeira aproximação do Estado com as classes sociais e a luta de classes. (POULANTZAS, 1980, p.141),

Bob Jessop (2009) produz uma importante leitura sobre o livro em questão, estruturando os elementos centrais:

O Estado, o poder, o socialismo também possui uma estrutura tripartite. Ele vai passo a passo de proposições gerais sobre o Estado, passando por uma teoria do tipo capitalista de Estado, para uma teoria mais concreto-complexa do tipo de Estado na presente fase do capitalismo – tudo cuidadosamente articulado de modo a ir de proposições gerais sobre a produção em geral, para a divisão capitalista social do trabalho e para o presente estágio do capitalismo. Nesse sentido, a última obra de Poulantzas é uma contribuição mais geral para a crítica da Economia Política que não apenas percebe o Estado como um elemento integral na dominação política de classe, como também insiste em seu papel crucial em assegurar importantes condições econômicas e extra-econômicas para a acumulação. Em cada passo de seu argumento, ele também enfatiza a centralidade das lutas e do poder de classe para a natureza e o desenvolvimento do processo de trabalho, das relações sociais de produção e do Estado. (JESSOP, 2009, p. 132)

É enriquecedor trazer o papel do Estado enquanto assegurador das condições econômicas e extra-econômicas para a acumulação do capital para discutir o turismo, pois há uma convergência com uma série de pontos tratados, sobretudo reforçando a ideia de que a produção capitalista do espaço turístico e nas cidades turísticas tem no Estado um agente decisivo, mesmo partindo da concepção de Poulantzas que admite nuances desse Estado capitalista.

A produção desigual do espaço nas cidades turísticas pode ser reforçada e alimentada quando o Estado assegura as condições de acumulação do capital de grandes empresas, cedendo vantagens e privilégios em detrimento da falta de apoio a empreendimentos locais, da população local, de atividades econômicas historicamente estabelecidas, porém sem o mesmo poder de influências de grandes empreendimentos do turismo. Reforça-se que o litoral turístico brasileiro se confronta com o litoral da pesca artesanal brasileira, que disputam diretamente espaços nas orlas e nas proximidades com o mar, que disputam investimentos, infraestruturas e políticas do Estado, confronta-se com a produção de sal, especificamente na Região dos Lagos, com o destaque de Cabo Frio, que teve nas mudanças políticas do executivo e legislativo uma alteração de políticas aliadas a indústria salineira para as políticas aliadas ao turismo e o mercado imobiliário, que agiram de forma avassaladora.

Avançando, Poulantzas (1980) faz advertências sobre as concepções de Estado como coisa e Estado como sujeito, e, demonstra nitidamente seu interesse na relação entre Estado e classes sociais:

Tanto na concepção do Estado como Coisa e do Estado como Sujeito, a saber portanto, do Estado como entidade intrínseca, a relação Estado-classes sociais e em particular, Estado-classes e frações dominantes é compreendida como *relação de exterioridade*. Ora as classes dominantes se submetem ao Estado (Coisa) por um jogo de "influências" e de grupos de pressão, ora o Estado (Sujeito) *se* submete às classes dominantes. Nessa relação de exterioridade, Estado e classes dominantes são considerados sempre como entidades intrínsecas "confrontadas" entre si, uma "face" à outra e assim uma possuiria tanto poder que a outra nada deteria, conforme uma tradicional concepção de poder como *quantidade* dada numa sociedade: a concepção do poder *soma-zero*. Ora a classe dominante absorve o Estado esvaziando-o de seu próprio poder (o Estado-Coisa) ora o Estado resiste à classe dominante e lhe retira seu poder em seu próprio benefício (o Estado-Sujeito e árbitro entre as classes sociais, concepção cara à social-democracia). (POULANTZAS, 1980, p.150)

Sendo o Estado objeto ou sujeito, há nitidamente uma redução e simplificação do Estado, sobretudo, concepções que partem para a generalização, construindo ideias fixas entre o Estado e as classes sociais. A possibilidade de reverter o quadro imposto seria nula, tornando a série de problemas e questões que levantamos acerca de cidades capitalistas dominadas pela atividade do turismo totalmente descabidas e inoportunas. Poulantzas (1980) irá aprofundar a discussão entre Estado e classes sociais durante o livro, apontando certa recorrência de um tipo de abordagem nas leituras das ciências humanas e sociais sobre o Estado, o poder e as classes sociais.

(...) O Estado e o poder seriam constituídos de um núcleo inicial impenetrável e de um "resto", que as classes dominantes, agindo por fora, poderiam influenciar ou no qual poderiam se introduzir. É, no fundo, tomar a imagem renovada do Estado pela de Jano ou, melhor ainda, pela que já obcecava Maquiavel: Poder-Centauro - metade-homem, metade-fera. O que muda de um autor a outro é que ora a face-homem, ora a face-fera se coloca do lado das classes. (...) Um certo marxismo, sempre preso a uma certa tradição política, pretende nos dar a resposta: o Estado se reduziria à dominação política no sentido em que cada classe dominante produziria seu próprio Estado, à sua medida e à sua conveniência, e manipulá-lo-ia à sua vontade, segundo seus interesses. Todo Estado não passaria, neste sentido, de uma ditadura de classe. Concepção puramente instrumental do Estado que reduz, empreguemos já os termos, aparelho de Estado a poder de Estado. (POULANTZAS, 1980, p. 14-15)

Dessa forma, segundo o autor, as análises dominantes tanto na perspectiva liberal, quanto na perspectiva marxista, ou em linhas próximas, é de que o Estado é algo imutável, que há poucas contradições e que fatalmente não há disputa pelo Estado. O autor ainda acrescenta:

Em sua perspectiva comum de uma relação de exterioridade entre Estado e classes sociais, o Estado aparece forçosamente como um bloco monolítico sem fissuras. No caso do Estado-Coisa, onde o Estado parece dotado de uma unidade instrumental intrínseca, as contradições em seu seio existem apenas como contrafações externas (influências, pressões) de peças e engrenagens do Estado-máquina ou instrumento, em que cada fração dominante ou grupo de interesses particulares ficam com a melhor parte para si. Portanto contradições claramente secundárias, simples falhas da unidade quase metafísica do Estado, não influenciando na definição de sua política. Elas são consideradas mesmo como elementos que perturbam, ainda que provisoriamente, o

centralismo instrumental do Estado, devido ao controle exercido sobre ele de uma classe ou fração, que se reativa sempre, é o caso dizer, de maneira mecânica. No caso do Estado-Sujeito, a unidade do Estado é a expressão necessária de sua vontade racionalizante, faz parte de sua essência face aos fracionamentos da sociedade civil. As contradições internas do Estado mantêm-se manifestações secundárias, acidentais e episódicas, devido no essencial às fricções ou antagonismos entre diversas elites políticas ou grupos burocráticos que encarnam sua vontade unificadora. (ibidem, 1980, p. 151)

Poulantzas (1980) irá investigar e articular a análise do Estado com a análise das contradições do Estado, que são comumente tomadas ora como inexistentes, ora como secundárias ou pequenas. São nas contradições do Estado que o autor percebe que a relação entre o Estado e as classes sociais deve ser compreendida de forma mais ampla. Segundo o autor: “O Estado não é pura e simplesmente uma relação, ou a condensação de uma relação; é a condensação *material e específica* de uma relação de forças entre classes e frações de classe”. (ibidem, 1980, 148)

Compreender o Estado e suas relações com as classes sociais a partir de uma relação de forças entre classes e frações de classes irá ser fundamental para o que Poulantzas (1980) chama de “urgência teórica” que é:

Compreender a inscrição da luta de classes, muito particularmente da luta e da dominação política, na ossatura institucional do Estado (no caso a da burguesia no arcabouço material do Estado capitalista) de maneira tal que ela consiga explicar as formas diferenciais e as transformações históricas desse Estado. (POULANTZAS, 1980, 144)

A urgência teórica se desdobra para a urgência prática, em criar um Estado cada vez mais democrático com espaços democráticos, com políticas democráticas, e, fundamentalmente participativo, e, que tenha uma construção de conhecimento junto a informação que assegure cada vez mais a participação qualitativa e quantitativa da população nesse processo. Os alertas de Poulantzas (1980) sobre o Estado em disputa, onde as forças representadas pelas frações de classe são testadas a todo momento, é reflexo de um pensamento que supera a concepção de um Estado neutro ou de um Estado espelho da classe dominante, admitindo a possibilidade de luta e conquista, mesmo em algumas disputas sendo nítida a desigualdade de forças.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por ser uma atividade ao alcance de muitas pessoas: consumidores do espaço turístico, produtores do espaço turístico, classe trabalhadora e população residente de cidades turísticas, o turismo aparenta certa simplicidade, uma fácil compreensão, e por vezes é tratado dessa forma, seja no amadorismo em políticas para o setor ou que envolvem as cidades, estados e países turísticos, ou em leituras superficiais, já que é um tema ou objeto analisado por diversas ciências.

Apontamos no decorrer dos capítulos a extrema complexidade do estudo do turismo, com diversas possibilidades de análise, de aprofundamentos, com várias possíveis articulações. Esse é um dos pontos mais importantes para fixar. Assim como em diversas áreas, é preciso de elementos teóricos e práticos para compreender os processos gerados pelo turismo, que estão articulados ao turismo ou que simplesmente acontecem nas cidades ou espaços turísticos. A experiência e o conhecimento do espaço turístico, assim como a riqueza cultural, histórica e ambiental, junto a vários outros elementos como o conhecimento de comunidades e grupos, são pontos importantes, e, que devem ser amalgamados ao conhecimento científico. Apontamos ainda, principalmente nos últimos capítulos, da necessidade de uma gestão verdadeiramente democrática e participativa, onde a população precisa ser atuante e ter a capacidade de dialogar com o poder público, ao mesmo tempo em que o poder público ser capaz de dialogar, entender as diversas demandas e opiniões da sociedade, e, no fim, que políticas justas, com fundamentos e viabilidade possam ser alcançadas. Mas, sobretudo, que exista fundamentação na construção de políticas.

Por mais que tenha uma forte expressão nos estudos de diversas áreas, é importante deixar em evidência que o estudo do turismo não se resume a uma análise exclusivamente econômica, justamente por atingir e ser atingida pela política, sociedade, cultura, espaço e pelo meio ambiente. Junto à atividade econômica do turismo existe a prática do turismo que antecede à lógica econômica e as relações sociais que envolvem o turismo, oferecendo outras dimensões de análise para além do econômico, e, ainda considerando os impactos sociais. Indicamos no decorrer dos capítulos a necessidade de apontar os impactos socioespaciais nas cidades turísticas, procedentes do turismo e do próprio sistema capitalista.

Em muitos casos, quando limitamos o turismo a sua função econômica, contabilizando receitas e despesas, investimentos e o lucro, tanto na administração pública, quanto na gestão de uma empresa que esteja envolvida diretamente com o turismo. E, de fato, quando apenas contabilizamos fluxos sem levar em consideração os impactos produzidos, o contexto social e

espacial onde os números são produzidos, o contexto regional, nacional e mundial do sistema econômico, o processo histórico de produção do espaço, a questão cultural, os impactos ambientais, não conseguiremos dimensionar com precisão os impactos do turismo, inclusive, não conseguiremos perceber a necessidade de ajustes e ações para prorrogar casos de sucesso, tanto de administração pública, quanto o sucesso do ramo empresarial. Uma cidade que sobrevive financeiramente do turismo de sol e praia ou uma rede de hotéis que lucra significativamente com o turismo de sol e praia poderá sofrer impactos gigantescos com a poluição da praia, com o aumento da violência, com a falta de propaganda, com a emersão de novos destinos turísticos concorrentes, com a falta de mão-de-obra ou com a diminuição de atrativos turísticos.

E para tratar das várias dimensões do turismo apontadas é possível contar com as várias áreas do conhecimento e de algumas ciências, que hoje produzem estudos e pesquisas. No decorrer dos capítulos combinamos a economia do turismo com a economia capitalista e a produção capitalista do espaço, destacando o papel do espaço no turismo e da cidade como locus dessa produção do espaço das últimas décadas, e, finalmente, apontando o papel do Estado, junto a possíveis caminhos e alternativas que promova o avanço econômico, mas que tenha, sobretudo, impactos sociais e ambientais positivos.

Por conseguinte, os resultados desse tipo de análise jamais poderiam ser propostas exclusivamente por mudanças e ajustes no modelo de turismo, visto que caminharíamos para uma resposta simples para uma questão complexa. Por sinal, os alertas que fazemos sobre a desigualdade social e espacial, que se expande para a desigualdade no acesso ao meio ambiente, ao direito à cidade, ao direito ao lazer, ao direito a um trabalho qualificado, são marcas de cidades capitalistas, que estão presentes nas cidades turísticas, talvez de forma ainda mais cruel, já que tratamos de uma população residente que tem formas precárias de trabalho e sem direito ao lazer em uma cidade do lazer, e, em muitos casos, a intensidade e precariedade do trabalho aumenta proporcional ao aumento de eventos, de condições climáticas próprias para o lazer daqueles que tem o direito e poder de consumo.

A aparente contradição de um grupo não ter direito ao lazer por conta de trabalhos precários estritamente para sobrevivência, que aumentam em quantidade e em carga horária no ápice do momento de lazer de outros grupos de consumidores é reflexo do sucesso da lógica capitalista e da estrutura de classes do capitalismo, que se manifesta na divisão econômica e social, no uso e consumo do espaço, nas formas de trabalho, entre outros fatores. Da mesma forma que a formação de um circuito turístico que concentra renda e investimentos de diversas

origens em oposição a outros espaços da mesma cidade sem infraestrutura e com baixíssimos investimentos aparentam a existência de duas cidades, o que reforçamos ser a manifestação do desenvolvimento geográfico desigual. Para ter um espaço turístico supervalorizado com grandes investimentos ocorre um desequilíbrio de investimentos e ações do governo, e, o espaço desvalorizado nas políticas públicas, nas grandes obras, em muitos casos, fornece a mão-de-obra que ajuda a sustentar o circuito turístico.

Além de compreender a lógica capitalista aplicada nos espaços turísticos, no que se refere ao trabalho e ao consumo, é preciso compreender a mercadoria do turismo, do lazer, do descanso, da busca pelos elementos do meio ambiente, já que reforçamos: a lógica de mercado tem o poder de separar aqueles que podem consumir dos que não podem consumir, ou então hierarquizar o consumo, assim, atentamos que o consumo do espaço não está separado dos outros consumos. A experiência do espaço e do consumo do espaço turístico estará alinhada não só ao direito ao lazer, mas a capacidade de consumo da cada turista, seja esse consumidor de um resort de luxo, de uma segunda moradia em um condomínio de luxo, ou de excursionistas de baixa renda.

Há alguns elementos-chaves adicionais, expostos e explorados no decorrer dos capítulos, que merecem algumas considerações finais:

[I] Na economia do turismo consideramos que a atividade é produzida e construída como algo novo, um novo investimento, uma nova atividade e uma nova necessidade, desdobrando-se na necessidade de lazer, de descanso, da busca por elementos do meio ambiente, entre outros pontos que irão amadurecer com o desenvolvimento do turismo, e, como indica Harvey (2005) como um processo “inevitável” de reprodução e acumulação do capital, na busca do crescimento do capitalismo. Nesse sentido, destacamos que as ideias do novo, do desenvolvimento, da vocação de cidades e países, de uma atividade supostamente de baixo impacto ambiental, são extremamente convincentes e sedutoras, para adoção do turismo em diversos espaços com as mais diferentes características, e, de fato pode legitimar remoções, baixo investimento e enfraquecimento de outras atividades econômicas, privilégios e ascensão de frações do capital. A suposta prosperidade, novidade e potencial econômico do turismo, muitas vezes como efeito de redenção e de recuperação econômica, pode ofuscar inúmeros processos, conflitos e disputas existentes nos espaços que se tornam turísticos.

A premeditação capitalista demonstra que o turismo passa a estar inserido definitivamente no circuito de acumulação do capital, imerso em um contexto de transformações urbanas, sociais, culturais e políticas, sobretudo a partir do entendimento que a

produção do espaço é capaz de gerar lucro, de que os elementos do meio ambiente estão integrados a uma nova lógica de exploração (GEORGE, 1973; HARVEY, 2005), e, assim, de fato, torna-se um novo produto, junto com a proliferação de modalidades de turismo, e, com as ideias de lazer e descanso. Os elementos do meio ambiente, da cultura, da história, condições e características do espaço, entre outros pontos, serão fundamentais para a introdução de uma ou mais modalidades de turismo na cidade, estado ou país, e, ainda, a construção discursiva, a propaganda e até mesmo a manipulação do discurso, serão pontos-chaves para o comércio das cidades.

A manipulação pode sobrepor a originalidade, mesmo com a recente busca pelos espaços turísticos de valor, conteúdo e autenticidade, já que a busca pelo lucro é em grande parte mais atrativa que a veracidade. O turismo de massa, que tem uma relação direta com o turismo de sol e praia ainda continua forte, sendo avassalador em muitos espaços litorâneos, secundarizando outras atividades econômicas, disputando espaços, criando conflitos sociais e ambientais, transformando radicalmente o espaço, constituindo uma “nova geografia” do valor do solo, novos cargos e empregos, em muitos casos precários, intermitentes e sem direitos ou com direitos restritos. A presença maior ou menor do Estado, a quantidade e qualidade dos investimentos, as políticas públicas presentes, o nível de desenvolvimento e de qualidade de vida, são fatores fundamentais para posicionar o espaço turístico e os impactos sociais do turismo.

[II] A questão do espaço aparece como outro ponto fundamental e precisa ser incorporada em estudos do turismo, primeiramente o espaço como um elemento de localização e posição geográfica, sobretudo dentro de um contexto histórico, político, social, cultural etc. A constituição desse espaço turístico contextualizado é fundamental para analisar a cidade turística de Cabo Frio no interior do Rio de Janeiro, a cidade turística de Paris na França, a cidade turística de Dubai, nos Emirados Árabes Unidos, ou ainda, casos em tempos e condições diversas, como a cidade turística de Nova York no contexto da pandemia do covid 19.

Temos o espaço também relacionado como o processo de produção capitalista, principalmente apoiados em Harvey (2005), Lefebvre (2008), Santos (2008), onde o espaço se torna fonte de lucro, e passa a ser produzido a partir dos interesses capitalistas. O espaço do litoral e a praia antes inóspitos ou indesejados tornam gradativamente espaços atrativos, disputados e valorizados, a partir de uma série de transformações.

Ressaltamos também o processo de urbanização turística e a urbanização que de alguma forma serve ou é apropriada pela economia do turismo, como aponta Cruz (1999), ou pela

abordagem de George (1973) a construção de infraestruturas que atacam o acesso até a cidade turística, a condição de permanência e a qualidade da permanência. Como o último autor aponta, a cidade turística evolui a partir da estruturação do espaço, e, o litoral iluminado, as praias ocupadas por paredões de prédios, são reflexos de uma nova organização do espaço tendo o turismo como elemento central e contendo expressamente a lógica capitalista, assim a infraestrutura é um ponto indispensável para as cidades turísticas.

[III] A desigualdade socioespacial aparece como um elemento central de investigação, a própria tese pretende afirmar que o processo de desenvolvimento capitalista que produz um desenvolvimento geográfico desigual, tendo como uma das suas essências a divisão de classe e como efeito imediato a desigual social e espacial, apresenta especificidades nas cidades turísticas, quando apresenta um processo de produção do espaço ou reestruturação do espaço a partir da praia como um novo elemento de valor e vetor de urbanização, ocupação e produção do espaço.

A praia valorizada influencia em novas rodadas do processo de urbanização e da reestruturação do espaço, capaz de produzir novos ritmos, sentidos e valores. Esse processo pode acontecer em vários espaços turísticos do mundo, com amplo destaque no litoral brasileiro, contudo, é preciso se atentar para as suas especificidades, justamente tendo como apoio a questão do espaço contextualizado como apontamos anteriormente.

[IV] A importância da análise de Cabo Frio, articulada e comparada a outras cidades turísticas. E de fato, esse método de análise é utilizado justamente para mostrar que o turismo não é um “fenômeno” exclusivo da cidade do interior fluminense, é um processo mundial, que tem um relevante desdobramento no litoral brasileiro, tratando especificamente do turismo de sol e praia e do turismo residencial, e, há uma relação direta entre a produção do turismo de Cabo Frio com a produção do turismo na cidade do Rio de Janeiro. Dessa forma, esse tratamento multiescalar é indispensável para compreender o desenvolvimento do turismo de Cabo Frio e até que ponto a atividade econômica e os impactos sociais e espaciais estão alinhados ou podem ser comparados com outras realidades e quais especificidades locais.

A cidade de Cabo Frio possui a atividade pesqueira historicamente, como outras cidades do litoral brasileiro, e, de forma mais específica tem o domínio da atividade salineira, sendo a cidade mais pujante sob o domínio da economia do sal da Região dos Lagos, que não é uma realidade de grande parte do litoral brasileiro. A referência da cidade também se manifesta politicamente, quando abrigava distritos que se tornaram cidades (São Pedro da Aldeia, Arraial do Cabo e Armação dos Búzios), sobretudo as duas últimas emancipações acontecem sob o

domínio econômico do turismo, e essas cidades irão desenvolver a economia do turismo e intensificar o processo de produção do espaço turístico, da urbanização turística e urbanização para o turismo, o que mostra que a condição de distrito era um empecilho para o crescimento do turismo nesses espaços.

Foi apontada a flutuação dos grupos políticos cabofrienses, que ocupavam o legislativo e executivo, passando paulatinamente de grupos que atendiam os interesses dos salineiros para grupos que atendiam os interesses do turismo, dos empresários do turismo, do mercado imobiliário apoiado no turismo. Posteriormente, criticamos a concentração de investimentos no circuito turístico, a carência de políticas públicas para atender a população, o processo de remoção de comunidades pobres das proximidades da praia, a falta de apoio a eventos de comunidades pesqueiras, entre outros pontos. E, é possível concluir que esses pontos estão diretamente conectados, demonstrando a formação de um grupo político e econômico, pelo envolvimento de vereadores e prefeitos com as atividades econômicas dominantes de um momento histórico e pela influência de grandes empresários e empreendimentos nas decisões políticas, assumindo historicamente inclusive cargos na prefeitura. Por muitos momentos na histórica de Cabo Frio o poder público esteve envolto com a classe dominante local, representando empresários e empreendimentos, sendo empresários e tendo conexões com empreendimentos e ainda atendendo os interesses de grupos do Rio de Janeiro e gradativamente de outros lugares do Brasil e do mundo. O controle do poder político foi fundamental para a ascensão e consolidação do turismo, seja a partir dos investimentos, das articulações, nos ajustes espaciais para elitizar espaços turísticos e criar infraestruturas importantes, e, fundamentalmente para enfraquecer a atividade salineira, e, pouco fazer pela atividade da pesca artesanal.

As cifras bilionárias arrecadadas com os royalties do petróleo a partir de 1997 só estiveram concentradas na produção do espaço para o turismo pelo controle político dos grupos envolvidos com essa atividade e com atividades relacionadas. Entender o atendimento prioritário dos interesses econômicos dessa fração de classe e de poucas frações do capital ajuda a compreender inclusive a histórica falta de investimentos nos outros distritos que se emanciparam e nos espaços periféricos e marginalizados atualmente. E, ainda, ajuda a entender a falta de investimentos em outras modalidades de turismo, seja na incapacidade de planejar e executar políticas para o turismo pela ocupação de grupos desqualificados na secretaria de turismo, na secretaria desenvolvimento ou secretarias semelhantes, ou pela defesa da

concentração de investimentos no turismo de sol e praia, com obras, eventos e ações delimitadas.

O litoral brasileiro tem como referência grandes cidades turísticas de sol e praia, com amplo destaque para as capitais: seja Florianópolis, Rio de Janeiro, Vitória, Salvador, Natal, Fortaleza, entre outras, que tem como característica influenciar diretamente a região metropolitana e em alguns casos, cidades mais distantes e não pertencentes a região metropolitana. Contudo, essas cidades pequenas mais distantes podem crescer envoltas ou não por uma região turística, e se consolidarem como um espaço turístico, desenvolvendo o processo de urbanização, ganhando a condição de cidade média, recebendo investimentos de outros estados e países, investimento privados, com fluxos de turistas mais diversos, que podem se apoiar na infraestrutura da capital.

No litoral brasileiro poderíamos citar os casos de Jericoacoara no Ceará, localizado a cerca de 300 km da capital Fortaleza, Pipa em Tibau do Sul- RN, que fica a 80 km de Natal e 140 km de João Pessoa, Balneário Camboriú que fica a cerca de 90 km de Florianópolis e o caso de Cabo Frio que se tornou central, estando como já mencionado a cerca de 150 km da capital Rio de Janeiro. Esse grupo de cidades que ainda assim é diverso em suas características, beneficiam-se muitas vezes da infraestrutura da capital, como aeroportos e vias de integração, além de serviços, como passeios de agências, em muitos casos em parceria com hotéis, transporte do aeroporto da capital até a cidade média, entre outros pontos. O laço com a capital não é totalmente desfeito com o desenvolvimento dessas cidades, contudo os investimentos diversos podem oferecer certa autonomia na receita e na dependência de fluxos de turistas.

Cabo Frio além de receber fluxo de turistas e investimentos de diversas origens, possuindo uma forte ligação com Minas Gerais, por exemplo, irá conseguir promover a reestruturação do espaço a partir da verba dos royalties do petróleo. A construção do aeroporto em 2007 que inicialmente esteve ligado ao transporte de cargas e a economia do petróleo, começa a evoluir para receber mais voos nacionais e internacionais, principalmente com conexão do aeroporto de Belo Horizonte. O shopping Park Lagos de 2013 oferece mais um espaço de lazer, espalhando o circuito turístico da cidade para um bairro Novo Portinho criado recentemente e extremamente elitizado.

Avançando para a análise da segunda residência ou os domicílios de uso ocasional, que colocam Cabo Frio em posição de destaque nacional, a frente das capitais nordestinas, de Vitória no Espírito Santo, de Florianópolis em Santa Catarina, ressaltamos que essa característica esteve sempre apoiada nas bases do turismo de sol e praia, explorando os

elementos do meio ambiente, de lazer e descanso, junto à ideia de uma opção de imóvel, de fixar os laços com o espaço de lazer, o que de fato, garante um fluxo de turistas e moradores temporários na alta temporada, diferente de cidades turísticas que apresentam um fluxo de turista mais flexível e incerto.

Com aproximações com outras cidades ao mesmo tempo apresentando algumas características próprias, Cabo Frio caminhou com intensos conflitos, processos e tensões do sal ao sol (como aponta CHRISTÓVÃO, 2011), com um processo de urbanização comum a outras cidades, alcançando a praia, como aponta (PEREIRA, 2014) e talvez após o momento de “ir à praia” temos o desdobramento direto que é a urbanização “voltando da praia”, ponto central dessa tese, apontando como a praia a partir da sua valorização social, cultural e econômica é capaz de influenciar diretamente em um novo processo de produção do espaço, da a reestruturação do espaço, com ajustes e valorização a partir de novos critérios.

Mesmo com o recebimento dos royalties do petróleo por muitos anos, sendo essa receita primordial para os investimentos e para a sobrevivência da cidade em um novo estágio, a cidade não se converteu em um espaço do petróleo, não produziu investimentos para a atração da economia do petróleo, ficando reduzida apenas na economia dos royalties (como bem define PESSANHA, 2015). A reestruturação do espaço de Cabo Frio a partir dessa fonte de renda foi justamente para reafirmar a condição de cidade turística e o poder de certas frações de capital, a partir de obras milionárias, de grandes eventos patrocinados pelos governos, do embelezamento do quadro urbano concentrado, como formas de atração de mais empreendimentos e mais turistas para a cidade, sem amplos investimentos na qualificação da mão-de-obra, na construção de empregos de mais qualidade e de desenvolvimento de outras modalidades de turismo, com a limitada expansão do circuito turístico.

Por fim, a crítica ao turismo capitalista ou ao turismo com a lógica de mercado não é definitivamente para abominar a atividade ou creditar os inúmeros processos e impactos a essa atividade, assim como a crítica ao Estado não é para abominar toda forma de Estado. O horizonte de Poulantzas (1980) oferece justamente um Estado em disputa, com possibilidades de projetos que não estejam plenamente alinhados com as exclusivas pretensões e necessidades da classe dominante. Complementarmente temos a ideia de utopia subversiva apresentada por Mantecón e Velascos (2020), que mesmo em linhas gerais sem aprofundamentos, aponta para a necessidade de crítica do modelo dominante de turismo atual alinhado ao neoliberalismo, projetando uma combinação de justiça social, menos impacto ambiental, uso de novas energias e mudança do modelo consumista.

Ainda é preciso e possível construir um modelo de desenvolvimento que supere a ideia de que desenvolvimento é meramente um crescimento econômico, sobretudo, que há uma necessidade de crescimento econômico ininterrupto⁶⁴, reforçando que para as cidades turísticas é preciso articular a atividade do turismo com outras atividades produtivas e econômicas, e, que o turismo de massa, desorganizado, descontrolado, apenas com o apelo do sol e praia, e com altos impactos ambientais e sociais, pode ser extremamente nocivo para o espaço, para a sociedade e para o meio ambiente.

⁶⁴ Como uma série de autores, como FURTADO (1974) até HARVEY (2016)

REFERÊNCIAS

ACSELRAD, H. _____ (org.) A duração das cidades – sustentabilidade e risco nas políticas urbanas. Rio de Janeiro, DP&A, 2001.

_____. Os movimentos de junho de 2013: uma introdução à ecologia política da mobilidade urbana. IN: Geografia Urbana – Ciência e ação política. Rio de Janeiro, Editora Consequência, 2014.

AIRES, Jussara Danielle Martins; FORTES, Lore. O modelo IRRIDEX de Doxey: Breves considerações acerca de sua aplicação em Ponta Negra (Natal – RN)

Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR, Penedo, vol. 1, n. 1., p. 23-33, 2011.

AMARAL JUNIOR, J. B. C. O Turismo na periferia do capitalismo: A revelação de um cartão postal. 650 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2008.

ANDERSON, P. Balanço do neoliberalismo. IN: SADER, Emir ; GENTILLI, Pablo (orgs). Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado democrático. São Paulo: Paz e Terra, 1995.

ANDREU-BOUSSUT, Vincent; SALIN, Elodie. O turismo nas Américas: territórios, experiências e novos desafios? Ideas, 12, Automne, Hiver, 2018

ALVES, M. Rua da Silva. Conjunto paisagístico de Cabo Frio. In: XII SIMPURB, Belo Horizonte, MG, 2011.

ANTUNES, R. O privilégio da servidão. São Paulo, Boitempo, 2018.

_____. Adeus ao trabalho? São Paulo: Cortez, 1995.

BAPTISTA, J. C. A longa marcha – A dominação política da oposição em Cabo Frio após o Golpe de 1964. Cabo Frio: Ed. Jornal de Sábado, 2007.

BARBOSA, Y. M. O despertar do turismo – um olhar crítico sobre os não-lugares. São Paulo, Editora Aleph, 2001.

BARTHOLO, Roberto; SAN SOLO, Davis Gruber, BURSZTYN, Ivan. (Org.). Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

BAUDRILLARD, JEAN. Simulacros e simulação. Editora Relógio d'água, Lisboa, 1993.

Benchimol, Jaime L. Pereira Passos: um Haussmann tropical. Rio de Janeiro, Secretaria Municipal de Cultura, 1990.

BIENENSTEIN, G. Globalização e MetrÓpole. A relação entre as escalas global e local: o Rio de Janeiro. In: IX Encontro Nacional da ANPUR. Rio de Janeiro, 2001.

BORJA, J. ; CASTELLS, M. Local y Global – La gestión de las ciudades en la era de la información. Editora Taurus, Madrid, 1997

BRAGA, Ruy. A política do precariado: do populismo à hegemonia lulista. São Paulo: Boitempo, 2012, 263p. Crítica Marxista, São Paulo, Ed. Unesp, n.37, 2013, p.195-197.

_____. Rebeldia do Precariado: trabalho e neoliberalismo no Sul global. São Paulo: Boitempo, 2017.

BUTLER, Richard W. The concept of a tourist area cycle evolution: implications for management of resources. London: Canadian Geographer, 1980.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE. Censo demográfico de 2010.

BRASIL, Ministério do Turismo. Roteiros do Brasil. Programa de Regionalização do turismo. Brasília (DF), Mtur, 2007.

Canavan, B. (2014). Beyond Doxey, beyond butler: Building upon insights in small island tourism research to extend tourism theory. In: British Academy of Management Conference 2014, 9 - 11 September 2014.

CARLOS, Ana Fani (Org.) A cidade como negócio. São Paulo: Editora Contexto. 2015.

CARNEIRO, Fernanda. BARTHOLLO, Roberto. Descubra a tradição de um lugar - o encontro entre nativos e biribandos em Trancoso, sul da Bahia. In: BARTHOLLO, Roberto; SAN SOLO, Davis Gruber, Gruber, BURSZTYN, Ivan. (Org.). Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

CASTROGIOVANNI, A. C. Existe uma geografia do turismo? In: GASTAL, Suzana (org.) Turismo e investigação crítica. São Paulo, Contexto, 2002

CHRISTÓVÃO, J. H. de O. Do sal ao sol: a construção social da imagem do turismo em Cabo Frio. 2011. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Formação de Professores, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, São Gonçalo, 2011.

COHEN, E. Principales tendencias en el turismo contemporáneo. Revista Política y Sociedad, Vol. 42 Núm. 1, 2005.

COSTA, Amanda Danelli. A cidade do rio de janeiro cultura urbana e imagem turística. Acervo, Rio de Janeiro, v. 28, n. 1, p. 186-195, jan./jun. 2015.

COSTA, Frederico Silva da Costa. In: STIPLIN e SOUZA. Estudos da Competitividade do turismo brasileiro. Ministério do Turismo, Brasil, 2006.

COX, R. AS Eleições a prefeito de Cabo Frio 2000 – crônica de um resultado anunciado. Disponível em: <http://jornalista.blogspot.com> Acesso em 10 de janeiro de 2019.

CHRISTOVÃO, J. H. de O. Do sal ao sol: a construção social da imagem do turismo em Cabo Frio. 2011. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Formação de Professores, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, São Gonçalo, 2011.

DANTAS, E. W. C. Mar à vista: estudo da maritimidade em Fortaleza: Fortaleza, Edições UFC, 2011.

_____. Maritimidade nos trópicos: por uma geografia do litoral. Fortaleza: Edições UFC, 2009.

DARDOT, P. LAVAL, C. A Nova razão do mundo. São Paulo. Boitempo, 2016.

DOXEY, J. Development of tourism destinations. London: Torbay, 1975.

FALCÃO, Mariana Cavalcanti. GÓMEZ, Carla Regina Pasa. Análise da Sustentabilidade de Destinos Turísticos: Uma Proposta Teórica de Adequação do Modelo de Ciclo de Vida de Áreas Turísticas à Dimensões da Sustentabilidade. XXI Simpósio de Gestão de Inovação Tecnológica, Vitória – ES, 2010.

FRATUCCI, A. C. A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: As políticas das redes regionais de turismo. 309 f. Tese (Doutorado em Geografia). Departamento de Geografia. Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2008.

GASTAL, Suzana (org.) Turismo e investigação crítica. São Paulo, Contexto, 2002.

GEORGE, P. O meio ambiente. São Paulo: Difusão Européia do livro, Saber Atual, 1973

_____. O homem na terra – A Geografia em ação. Rio de Janeiro: Universo da Ciência, 1989 [1989].

_____. Geografia Urbana. São Paulo, DIFEL – Difusão Europeia do livro, 1983.

HARVEY, D. 17 contradições e o fim do capitalismo. São Paulo, Boitempo, 2016.

_____. A produção Capitalista do Espaço. São Paulo. Ed. Annablume, 2005.

_____. Neoliberalismo: história e implicações. São Paulo. Ed. Loyola, 2008.

_____. Paris – capital da modernidade. São Paulo, Boitempo, 2015.

_____ Condição Pós-Moderna. São Paulo. Editor Loyola, 1992.

HAYEK, F. A. O caminho da servidão. Instituto Ludwig von Mises Brasil, São Paulo, 2010.

HIERNAUX-NICOLAS, D. La promoción inmobiliaria y el turismo residencial: el caso mexicano. Scripta Nova – Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales – Universidad de Barcelona, 2005.

HOBBSAWM, Eric. A invenção das tradições. Editora Paz e Terra, 6ª edição, São Paulo, 2008.

HUERTA, A. Entre deux eaux : courants thérapeutiques franco-brésiliens dans le processus de balnéarisation de Rio de Janeiro. CONFINS. Revista franco-brasileira de Geografia. Nº 39, 2019.

JESSOP, B. O Estado, o poder, o socialismo de Poulantzas como um clássico moderno. Rev. Sociol. Polít., Curitiba, v. 17, n. 33, p. 131-144, jun. 2009

KRIPPENDORF, J. Sociologia do Turismo – Para uma nova compreensão do lazer e das viagens. 3ª edição, Editora Aleph, São Paulo, 2003.

_____ Desenvolvendo o turismo em harmonia com os seres humanos e o ambiente natural. In: GASTAL, Suzana (org.) Turismo e investigação crítica. São Paulo, Contexto, 2002.

LAGE, Beatriz H. G. (org.) Turismo, Hotelaria & Lazer. Núcleo de Turismo, Universidade de São Paulo, 2012.

LAMEGO, A. R. O homem e a restinga – Rio de Janeiro. Edição fac-similar . Rio de Janeiro: IBGE, 2007 [1946].

LEAL, Rosana Eduardo da Silva. O turismo desenvolvido em territórios indígenas sob o ponto de vista antropológico. In: BARTHOLO, Roberto; SANSOLO, Davis Gruber,

LEFEBVRE, H. Espaço e Política. Editora UFMG, 2008.

LEMOS, L.de. Para além da superfície: um exame teórico sobre os eventos turísticos. In: GASTAL, Suzana (org.) Turismo e investigação crítica. São Paulo, Contexto, 2002.

LOUZADA, Victor Miranda Louzada. Quando o sambaqui vira shopping center: a produção social do espaço a partir da urbanização turística em Cabo Frio. 2018. Dissertação (Mestrado em Geografia) – programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

MALDONADO, C. O turismo rural comunitário na América Latina: gênese, características e políticas. In: BARTHOLO, Roberto; SANSOLO, Davis Gruber, BURSZTYN, Ivan. (Org.).

Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.

MARICATO, E. Para entender a Crise Urbana. 1º edição – Expressão Popular, São Paulo, 2015.

MARTUSCELLI, D. E. Nicos Poulantzas e o conceito de Estado capitalista na obra Fascismo e ditadura: notas críticas. Marx e o Marxismo v.9, n.16, jan/jun 2021.

MASCARENHAS, G. Cidade mercadoria, cidade-vitrine, cidade turística: a espetacularização do urbano nos megaeventos esportivos. Caderno Virtual de Turismo. Edição especial: Hospitalidade e políticas públicas em turismo. Rio de Janeiro, v. 14, supl.1, s.52-s.65, nov. 2014.

MELO, E. S. O. de. Gênese da urbanização turística em Cabo Frio (1950 – 1978). XIV Encontro Nacional da ANPUR. Rio de Janeiro, 2011.

MILANO, CLAUDIO. Overtourism y Turismofobia: Tendencias globales y contextos locales. Barcelona: OsteleaSchoolofTourism&Hospitality, 2017.

MOESCH, M. M. Para além das disciplinas: O desafio do próximo século. In: GASTAL, Suzana (org.) Turismo e investigação crítica. São Paulo, Contexto, 2002.

_____. O domínio material e conceitual do turismo. II Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 2005

NAKASHIMA, S. K.; CALVENTE, M. Del C. M. H. A história do Turismo: epítome das mudanças. Turismo & Sociedade. Curitiba, v.9, n2, p. 1-20, 2016.

NUNES, Nathan da Silva; RIBEIRO, Miguel Ângelo. A Geografia da atividade turística no território fluminense: uma releitura. Geo UERJ, Rio de Janeiro, n. 36, 2020.

O'DONNELL, J. “A invenção de Copacabana - Culturas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro (1890-1940)” . Jorge Zahar Editora, Rio de Janeiro, 2013.

OLIVEIRA, Floriano José Godinho de. Reestruturação Produtiva e Regionalização da Economia no Território Fluminense. Tese (Doutorado em Geografia Humana), USP, São Paulo, 2003.

_____. Estado, administração pública e território: da autonomia administrativa à autarquia. Revista Espaço e Economia (online), número 9, 2016.

OLIVEIRA, Leandro D. Seropédica sustentável: Uma análise sobre a reestruturação econômico-ecológico-espacial da cidade. In. XIV SIMPURB, Fortaleza, 2015.

_____. Geopolítica Ambiental: a construção ideológica do Desenvolvimento Sustentável (1945 – 1992). Rio de Janeiro, Editora Autografia, 2019.

OLIVEIRA, L. D. de.; RAMÃO, F. de S.; MASCARENHAS, G. Urbanização turística e produção do espaço de Cabo Frio – RJ: Um balanço crítico (1997 – 2018), Rev. Tamoios, São Gonçalo (RJ), ano 16, n. 2, 2020.

SADER, E. (org) Se é público é para todos. Laboratório de Políticas Públicas – UERJ, Rio de Janeiro, 2018.

PAULA, T. M. de; STEIN, G. V.; MECCA, M. S. Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade, Volume 8, pp. 1-13, 2016.

PEREIRA, A. Q. A urbanização vai à praia: vilegiatura marítima e metrópole no Nordeste do Brasil. Fortaleza, UFC, 2014.

PIERI, Vitor Stuart Gabriel de. Fluxos Turísticos Internacionais: uma proposta metodológica de análise sobre os (novos) destinos. Revista Turismo em Análise. Volume 25, nº 3, 2014

POULANTZAS, o Estado, o poder e o socialismo. Edições Graal, Rio de Janeiro, 1980.

RAMÃO, F. S. A mercantilização do meio ambiente na cidade de Cabo Frio a partir dos fundamentos de Pierre George. 2015, 171 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – UERJ FFP, São Gonçalo, 2015.

_____. Os limites do modelo de cidade turística de Cabo Frio, RJ: quando a luz acende e apaga. Revista Espaço e Economia, Ano VII, número 13, 2018a.

_____. A urbanização turística no eixo Cabo Frio - Arraial do Cabo - Armação dos Búzios do Rio de Janeiro: A fábula e a perversidade. ENG, Encontro Nacional de Geógrafos, João Pessoa, Paraíba, 2018b.

_____. Reestruturação econômica e regional do Rio de Janeiro: Uma análise sobre a Região dos Lagos. ENANPEGE – Geografia, ciência e política. Porto Alegre, 2017.

RAMÃO, F. de Souza; MELO, M. V. Nascimento de.O Precariado da praia na cidade turística de Cabo Frio – RJ. Cadernos de Desenvolvimento Fluminense, número 18, Rio de Janeiro, 2020.

RIBEIRO, Miguel Ângelo. Turismo no estado do Rio de Janeiro: ensaio de uma tipologia. IN:Revista GEOgraphia, ano V- n.10. Ed. Impressão entrelinhas, Rio de Janeiro,2003.

SADER, E. Estado, democracia y alternativa socialista en la era neoliberal. In: SADER; GENTILI (comps.) La Trama del neoliberalismo: mercado, crisis y exclusión social. Editora Clacso, Universidad de Buenos Aires, 2ª edición, 2003.

SALAMA, P. La Trama del neoliberalismo: mercado, crisis y exclusión social. In: SADER; GENTILI (comps.) La Trama del neoliberalismo: mercado, crisis y exclusión social. Editora Clacso, Universidad de Buenos Aires, 2ª edición, 2003.

SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. Turismo em Análise, v. 18, n. 2, p. 148-165, 2007

SANCHEZ, Fernanda. A (in)sustentabilidade das cidades-vitrine. In: ACSELRAD, Henri. A duração das cidades – sustentabilidade e risco nas políticas urbanas. Rio de Janeiro, DP&A, 2001.

_____. A reinvenção das cidades para um mercado mundial. Editora Argos, 2ª edição, Chapecó, 2010.

SANTOS, Marivan Tavares dos Fundamentos de turismo e hospitalidade. Manaus : Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.

SANTOS, M. A natureza do Espaço. São Paulo, Edusp, 2008.

SANTOS, T. A América Latina na encruzilhada. Revista Brasileira de Administração Política. Volume 6, nº 2, 2013.

SILVA, Maria da Glória Lanci da. Cidades Turísticas – Identidades e Cenários de Lazer. Editora Aleph, São Paulo, 2004.

STERQUEL, R. F. La producción del espacio turístico litoral, hacia una aproximación conceptual. Revista Geográfica de Valparaíso N-35, 2004.

STILPEN, P. C.; SOUZA, U. J. I. de. Estudos da Competitividade do turismo brasileiro. Ministério do Turismo, Brasil, 2006.

TELES, Reinaldo Miranda de Sá. Fundamentos Geográficos do Turismo. Rio de Janeiro, Elsevier, 2009.

VAINER, Carlos B. Pátria, empresa e mercadoria. Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. A cidade do pensamento único: desmanchando consensos, 4ª. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

VEIGA, J. E. da. Desenvolvimento Sustentável: o desafio do século XXI. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora Garamond, 2008.

WACQUANT, L. Marginalidade, etnicidade e penalidade na cidade neoliberal – uma cartografia analítica. Tempo Social, revista de sociologia da USP, v. 26, n.2, 2014.

WAISELFISZ, J. J. Mapa da violência 2013: mortes matadas por arma de fogo. CEBELA; 2013.

ZAOUAL, H. Do turismo de massa ao turismo situado - quais as transições? In:
BARTHOLO, Roberto; SANSOLO, Davis Gruber, BURSZTYN, Ivan. (Org.). Turismo de
Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e
Imagem, 2009.