

As políticas públicas e o turismo litorâneo no Ceará: o papel da Região Metropolitana de Fortaleza

Enos Feitosa Araujo¹

Resumo

Este ensaio visa compreender as redefinições socioespaciais no litoral da metrópole de Fortaleza com base nas atividades turísticas e suas decorrentes dinâmicas. Para o entendimento da lógica turística, recorreu-se às análises das políticas públicas, dos agentes produtores do espaço e suas estratégias, dos tipos de fluxos turísticos, da localização dos empreendimentos turísticos, o que propiciou o conhecimento dos espaços turísticos. Dessa forma, percebeu-se que o litoral da Região Metropolitana de Fortaleza possui relevância no planejamento turístico e na lógica imobiliária, que resulta na produção de espaços turísticos diferenciados, em meio às ocupações anteriores da vilegiatura e das vilas de pescadores.

Palavras-chaves: Metrópole; Litoral; Políticas Públicas.

Public policy and tourism in the coastal Ceará, Brazil: the role of the Metropolitan Area of Fortaleza

Abstract

This study aims to understand the dynamics of the socio-spatial redefinitions of the coast of the metropolis of Fortaleza related to tourist activities. The logic of the touristic process was analyzed through the examination of public policy, the producers of space and their strategies, types of fluctuations in tourist levels, the location of touristic establishments, and the process underlying the knowledge of touristic spaces. Overall, the coast of the metropolitan area of Fortaleza appeared to have relevant touristic planning and real estate logic, which has resulted in the production of differentiated touristic spaces, which have arisen among the holiday homes and fishing villages.

Keywords: Metropolis; Coast; Public Policy.

¹Universidade Federal do Ceará – UFC. Contato: enosfeitosa@gmail.com

Registra-se o financiamento da Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico - *FUNCAP* e do CNPq.

Introdução

A dinâmica turística no litoral é um fenômeno recente no Nordeste brasileiro, e, nesse contexto, o Ceará constitui um importante destino turístico nacional e internacional, tendo recebido cerca de 2,3 milhões de turistas no ano de 2010. A capital de Fortaleza consolida-se como principal centro receptor e distribuidor desses fluxos turísticos, com uma considerável infraestrutura e sólidos equipamentos urbanos.

Por sua relevância econômica no comércio, no setor de serviços e nas atividades turísticas, Fortaleza expande o seu espaço metropolitano, em que o litoral se destaca pelo desenvolvimento da atividade turística, promovendo modificações socioespaciais em suas localidades.

Neste ensaio busca-se, então, o entendimento das redefinições socioespaciais do litoral metropolitano de Fortaleza tomando como base as atividades turísticas e analisando as políticas públicas, os agentes produtores do espaço e suas estratégias, os tipos de fluxos turísticos, o mapeamento e a evolução espaço-temporal e funcional das infraestruturas voltadas ao turismo, de modo a reconhecer possíveis conflitos territoriais e construir tipologias turísticas.

A primeira etapa do trabalho inicia-se com um levantamento bibliográfico sobre as temáticas. Na segunda etapa, segue-se a obtenção de dados estatísticos, qualitativos e quantitativos em vários órgãos estatais e privados, como auxílio à compreensão dos fenômenos estudados. A terceira etapa consiste numa visita de campo, que trará mais informações para a captação da realidade pela análise empírica, com o suporte do levantamento bibliográfico feito e dos dados obtidos. Com essa metodologia, pretende-se compreender as relações socioespaciais promovidas pelas atividades turísticas no litoral metropolitano de Fortaleza.

Neste ensaio, sugerem-se três tópicos: a) a urbanização litorânea, estabelecida pelas práticas de lazer; b) as políticas públicas e o turismo na RMF; c) as tipologias e os territórios turísticos. De antemão, salienta-se que esta discussão é preliminar e continua a ser desenvolvida.

Este trabalho resulta das pesquisas iniciais da dissertação realizada no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal no Ceará, no Laboratório de Planejamento Urbano e Regional (LAPUR), com o apoio do Observatório das Metrôpoles e o financiamento pela Fundação de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FUNCAP).

Urbanização litorânea e as práticas de lazer

Desde a Antiguidade, o litoral é um espaço com várias funções na sociedade: desde as atividades extrativistas, a pesca e a coleta de alimentos, o escoamento de mercadorias, até o uso contemporâneo de novas práticas de lazer, como o turismo e a vilegiatura.

Antes de adentrar a breve discussão da urbanização litorânea no Nordeste brasileiro, tem-se de diferenciar alguns conceitos, pois o turismo nasce em uma lógica diferenciada em relação à vilegiatura. Enquanto a vilegiatura é criada na Antiguidade em uma lógica relacionada à “vila” e a “casa”, o turismo nasce no século XIX, no capitalismo, em conexão com viagens e hotelaria, e em um dos mais importantes impérios da época – a Inglaterra.

Segundo Boyer (2003), o turismo tem como um dos precursores o *Grand Tour* na Inglaterra. Somente em 1841 é que se considera o nascimento do turismo², com a criação da Agência Cook, do protestante Thomas Cook, a mais importante agência turística do mundo na época, com programação de viagens e excursões destinadas às classes mais abastadas e inicialmente para religiosos.

Percebe-se que a invenção do turismo motiva-se pela mercantilização do lazer, ou seja, o turismo é organizado como um produto e, por isso, torna-se uma atividade econômica, diferentemente da vilegiatura, que aparece espontaneamente com a elite aristocrática. Parte-se, então, da ideia de que

O turismo é um tipo de consumo diferente dos outros, pois se realiza em outro local e não visa à satisfação de uma necessidade fundamental do homem: ele não é um dado da Natureza ou do patrimônio histórico, pois nenhum lugar é turístico em si, nenhum sítio merece ser visitado, como diz a literatura turística; o turismo é um produto da evolução sociocultural. (BOYER, 1999, p.16).

Nota-se que o autor considera que o turismo é o produto de uma evolução sociocultural. Relaciona-se com o espaço litorâneo o qual fora desprezado em grande parte do período temporal da humanidade e que no discurso atual é um dos espaços mais valorizados, disputados e conflituosos, com várias funcionalidades antigas e atuais.

2 Existem vários questionamentos quanto ao “nascimento do turismo”. Para alguns turismólogos, o turismo já existira desde a Antiguidade – Roma e Grécia –, pois já havia uma lógica de meios de hospedagem, e o Mediterrâneo comportava-se como um importante local de recreação e lazer. Porém, considera-se a lógica de Boyer (1999) e (1996) no livro *Invenção do Turismo*, quando ele afirma que o turismo só aparece como atividade quando se possui uma organização comercial própria, contrariando o argumento anterior de que os meios de hospedagem em Roma possuíam maior relação com os forasteiros e nômades que viajavam ao longo de toda a Roma. Bauman (1999) também questiona tal lógica em *Globalização: consequências humanas ao falar de “vagabundos e turistas”*.

Grosso modo, a vilegiatura e o turismo desenvolveram-se inicialmente em locais montanhosos e lagunares; somente *a posteriori* foram inseridos na lógica de valorização cultural do litoral, iniciada nos séculos XVIII e XIX, e consolidada internacionalmente nos séculos XIX e XX.

Destarte, a vilegiatura marítima³ e o turismo no século XX são práticas relevantes no uso do espaço litorâneo. No Nordeste brasileiro, a vilegiatura desenvolve-se nos anos 1920⁴, principalmente nas capitais estaduais, com uma elite a qual procurava assemelhar-se aos europeus com relação aos seus costumes e comportamentos, os quais os levavam a valorizar o litoral para usos terapêuticos e de lazer.

Inicia-se um processo de urbanização da faixa litorânea, que se acentua a partir dos anos 1950, devido à inserção da classe média e pela emergência em novos espaços de lazer:

O objeto de desejo deste novo vilegiaturista é a obtenção da segunda residência, construída nas praias das capitais nordestinas. Com a chegada destes novos usuários, as zonas de praia das cidades mais dinâmicas do Nordeste são reanimadas. Tal dado implica a implementação de política de urbanização acentuada. (...) Então, a vilegiatura marítima extrapola os limites da capital, deixa de ser fenômeno de caráter citadino, incorporando áreas rurais dos municípios vizinhos. Os primeiros vilegiaturistas (pioneiros) descobrem novos espaços de sociabilidade e na sequência os empreendedores imobiliários aproveitam-se do efeito de moda para oferecer loteamentos, sem nenhuma infraestrutura, aos seguidores destes amantes de praia (vilegiatura de massa). (DANTAS; PEREIRA; PANIZZA, 2008).

De modo geral, os espaços litorâneos tornam-se espaços de lazer destinados a uma demanda de classes mais abastadas, resultantes da valorização cultural da praia e do mar. Apesar de sua relevância na produção espacial litorânea, a vilegiatura limitava-se praticamente às casas individuais com elementos arquitetônicos que privilegiavam o lazer

3 A vilegiatura é uma prática antiga, que remonta à Antiguidade. Porém, aqui se trata da vilegiatura marítima, ou seja, aquela que possui relações com o mar. Para maior aprofundamento teórico e metodológico, citamos Dantas (2010) e Pereira (2010).

4 Para se entender a “urbanização litorânea”, é mister compreender que ela se iniciou com a ocupação litorânea da vilegiatura e de uma lógica social sem investimentos públicos diretos. No caso cearense, iniciou-se na Praia de Iracema nos anos 1920 com bangalôs e casarões para as elites fortalezenses, e nos anos 1950 com a ocupação de localidades próximas à capital, como Caucaia (especificamente Iparana e Icarai) e Aquiraz. Na ocupação da vilegiatura, as posses eram geralmente individuais e privadas, com poucos recursos públicos. Nos anos 1980-1990, com a consolidação do turismo, o aporte de investimentos de origem pública acentua-se, pois essa atividade tornou-se norteadora de planejamento e desenvolvimento econômico do Estado. Grosso modo, observa-se uma diferenciação socioespacial: a vilegiatura é uma prática elitista que privilegia(va) o descanso, a casa e o lazer individual e todos os seus elementos constituintes, conforme estudos de Pereira (2006), enquanto o turismo é uma prática econômica que nas últimas décadas possui uma caracterização massiva, inserindo dessa forma, várias classes sociais. E a tipologia de “domicílio” é diferente: partimos de uma casa individual (vilegiatura) para um estabelecimento comercial (hotel, pousada, entre outros) que se paga aluguel para sua estada.

familiar ou individual⁵. Foi somente nos anos 1960-1970 que os condomínios multifamiliares passaram a ser construídos pela crescente demanda.

A urbanização litorânea apresenta-se principalmente nos municípios circunvizinhos à metrópole como Caucaia e Aquiraz, e com menos intensidade em São Gonçalo do Amarante. As localidades de Iparana e Icaraí (Caucaia) e Prainha (Aquiraz) são os destaques da vilegiatura metropolitana de Fortaleza.

Nos anos 1980-1990, a valorização do litoral é reformulada pelas atividades turísticas, que se tornam uma das estratégias do planejamento e desenvolvimento econômico do Ceará no Governo das Mudanças em 1987, iniciando uma nova lógica de ocupação litorânea do Estado.

O primeiro programa turístico no Ceará, o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Litoral do Ceará (PRODETURIS)⁶, é iniciado em 1989, instituindo zonas turísticas em todo o litoral cearense, refletindo a prioridade do turismo no governo estadual como atividade norteadora de desenvolvimento econômico do Estado.

Porém, é somente com o Programa de Desenvolvimento do Turismo na Região Nordeste (PRODETUR/NE), assinado em 1993, que se consolida a infraestrutura para o turismo, com recursos de US\$ 800 milhões, seguido do PRODETUR II em 2004, com cerca de US\$ 400 milhões, e, recentemente, do PRODETUR NACIONAL em 2008, com cerca de US\$ 1 bilhão.

No próximo tópico, serão discutidas as políticas públicas do PRODETUR em suas fases (1992-2011) e alguns apontamentos de outros investimentos diretos e indiretos ao turismo, como o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e o intitulado PAC da Copa, que promovem modificações no espaço litorâneo metropolitano de Fortaleza.

As políticas públicas do turismo na Região Metropolitana de Fortaleza

Distante de esgotar a discussão e também de fechar a compreensão do conceito, analisam-se as concepções coerentes em nossa pesquisa, já que as políticas públicas

5 Recomendamos as leituras de PEREIRA (2006) e Pereira (2010) quanto às formas, características e dimensões da vilegiatura.

6 BENEVIDES (1998) esclarece em seu livro os bastidores e as diretrizes político-administrativas da consolidação do PRODETURIS e do PRODETUR/NE. Entre suas diretrizes, fora construído um zoneamento turístico do espaço litorâneo cearense, que o dividia em quatro grandes zonas: a) Região Turística I, com Fortaleza, Aquiraz e Caucaia; b) Região Turística II, com Caucaia, São Gonçalo do Amarante, Paracuru, Paraipaba, Trairi e Itapipoca; c) Região Turística III, com Aquiraz, Cascavel, Beberibe, Aracati e Icapuí; d) Região Turística IV: Amontada, Acaraú, Cruz, Camocim e Barroquinha. Segundo o autor, o PRODETURIS fora um embrião do PRODETUR/NE, e de que o planejamento turístico no Ceará se destacar perante a Região Nordeste é resultado de uma ação política articulada regionalmente.

são ações relevantes na produção do espaço geográfico, e por isso precisamos compreender suas dinâmicas.

Ao se iniciar com Cunha e Cunha (2002), consideram-se as políticas públicas como ações que emergem devido às demandas da sociedade, em seus vários âmbitos. Já Little (2003, p. 18) as conceitua como o “o conjunto de decisões inter-relacionadas, definido por atores políticos, que tem como finalidade o ordenamento, a regulação e o controle”. Holfing (2001, apud BARRETO, 1998) as considera como o Estado implantando um projeto de governo, através de programas, de ações voltadas para setores específicos da sociedade.

Verifica-se que os conceitos aqui expostos convergem em certas expressões, como “ações e decisões”. Grosso modo, as políticas públicas são ações governamentais para determinadas finalidades e, conforme a Constituição Brasileira de 1988, o principal objetivo é promover benefícios a todos os cidadãos. Dessa forma, quando se discutem as políticas públicas direcionadas ao turismo, pode-se considerá-las como ações que visam o desenvolvimento turístico com a finalidade de beneficiar a sociedade.

No Brasil, as políticas públicas de turismo nascem para promover um desenvolvimento econômico necessário devido ao discurso das elites para a criação de alternativas para outras áreas econômicas. O Nordeste brasileiro aparece nesse cenário como a região potencialmente turística, com vasto litoral, cerca de 3.317 km de comprimento (em torno de 45% de todo o litoral brasileiro, com aproximadamente 7.367 km).

Conforme já foi discutido no tópico anterior, o espaço litorâneo destaca-se no cenário mundial como um local emergente para atividades de lazer, citando-se como exemplos internacionais, entre outros: A cidade de Cancún, localidades do Caribe e do Sudeste Asiático, Nova York, Paris.

As políticas públicas de turismo foram consolidadas no Brasil na criação do Programa de Desenvolvimento do Turismo na Região Nordeste (PRODETUR/NE). As principais finalidades dos investimentos no PRODETUR/NE eram a construção e ampliação da infraestrutura das zonas ditas turísticas. No caso cearense, o litoral oeste é a principal zona a receber recursos.

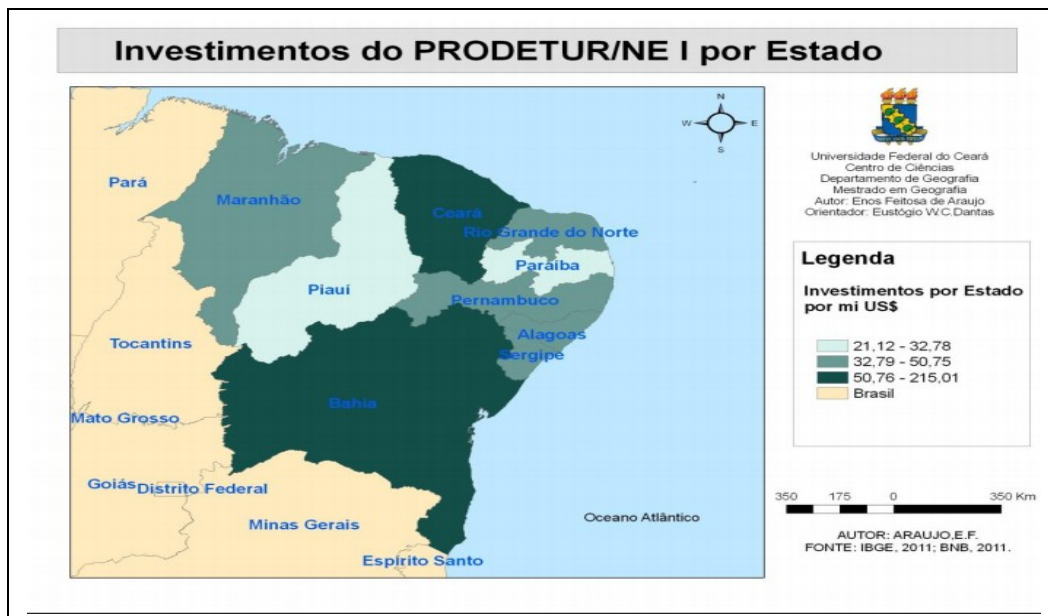
PRODETUR I

A necessidade de programas direcionados ao turismo devia-se à falta de infraestrutura em grande parte das localidades litorâneas, que, no caso nordestino, era

um espaço ocupado principalmente por pescadores, ou havia ocupações dispersas e esparsas, sem grandes fluxos e atividades econômicas, podendo ser caracterizado pela metáfora “paraíso perdido”.

Desse modo, os investimentos do PRODETUR/NE I (primeira fase do programa), na ordem de US\$ 800 milhões, foram distribuídos entre os nove estados nordestinos e em outros estados como Minas Gerais e Espírito Santo. Com recursos definidos desde 1994, a partir de sua assinatura em 1993, só em 1997 as ações foram efetivadas em sua plenitude.

Mapa 1 - Investimentos do PRODETUR/NE I



Nessas circunstâncias, o Ceará é o segundo Estado na ordem dos investimentos do PRODETUR I, e Fortaleza participa com cerca de 54% de todos os investimentos estaduais:

Quadro 1 – Investimentos do PRODETUR I – Ceará

Município	Localização	US\$ (milhões)
Fortaleza	Fortaleza	74,302
Itapipoca	Litoral Oeste	17,678
Caucaia	Litoral Oeste	16,148
São Gonçalo do Amarante	Litoral Oeste	10,288
Paraipaba	Litoral Oeste	6,829
Trairi	Litoral Oeste	5,915

Paracuru	Litoral Oeste	5, 628
TOTAL		137,19

Como citado anteriormente, o PRODETUR/NE I tem suas diretrizes baseadas no PRODETURIS, e a região prioritária a receber grande parte de recursos é o litoral oeste do Ceará (principalmente o litoral oeste da RMF), seguida da capital de Fortaleza, com US\$ 74 milhões para a reforma e ampliação do Aeroporto Pinto Martins.

PRODETUR II

O PRODETUR II é instaurado em 2004, sob uma lógica de continuidade da etapa anterior (PRODETUR I). Porém, alguns componentes inéditos apresentam-se nessa etapa pelo que se depreende com o quadro abaixo:

Quadro 2 – Quadro de Ações – PRODETUR I x PRODETUR II

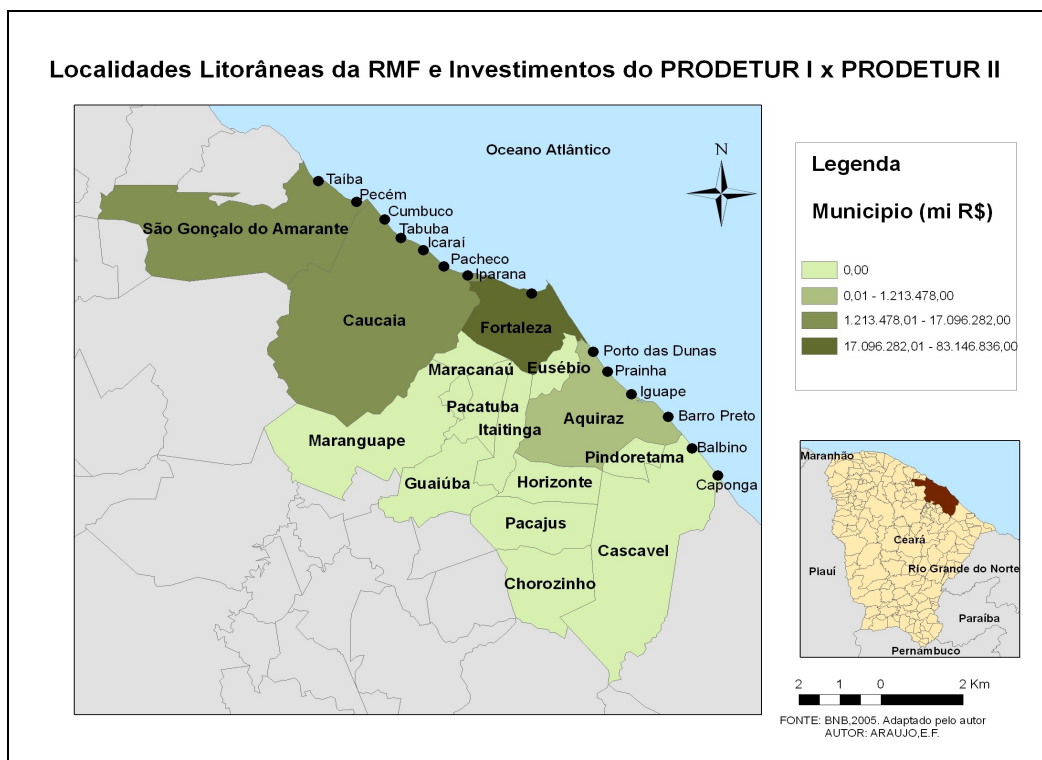
	PRODETUR I (1)	PRODETUR II (2)	Relação (1) x (2)
1	Desenvolvimento Institucional	Fortalecimento Institucional	Continuação de política e investimento
2	Saneamento Básico	Saneamento Básico	Continuação de política e investimento
3	Transportes (vias rodoviárias e urbanas)	Transportes (vias rodoviárias e urbanas)	Continuação de política e investimento
4	Patrimônio histórico	Patrimônio Histórico	Continuação de política e investimento
5	Proteção ambiental	Proteção Ambiental	Continuação de política e investimento
6	Aeroportos	Aeroportos	Continuação de política e investimento
7	Elaboração de Projetos e Estudos	Planejamento Estratégico	Continuação de política e investimento
8		Apoio ao Setor Privado	Esse componente é novo, consistindo em treinamentos, seminários e oficinas de capacitação e de trabalho
9		Capacitação Profissional	Semelhante ao anterior, esse componente, porém, objetiva a capacitação da população local
10		Centro de Convenções	Construção de Centros de Convenções
11		Gestão de Resíduos Sólidos	Construção de aterros sanitários e elaboração de planos diretores de resíduos sólidos
12		Gestão Municipal do Turismo	Elaboração de planos de gestão municipal, de bases cartográficas e demais planos
13		Planos Diretores Municipais	Elaboração de planos diretores municipais e planos similares
14		Urbanização de Orlas e Áreas Turísticas	Urbanização, reformulação urbana, avaliações socioeconômicas, revitalização e requalificação urbanística, e demais ações similares

FONTE: BNB, 2011. Tabela organizada pelo autor.

Analisando o quadro acima, percebe-se algumas mudanças significativas em ações estatais:

- a) a capacitação profissional (de empresários e de mão de obra local) é destacada, sendo inexistente na etapa anterior;
- b) a construção de Centro de Convenções;
- c) os investimentos em uma gestão de resíduos sólidos;
- d) os componentes que fortaleçam a gestão municipal, seja pela Gestão Municipal do Turismo ou por Planos Diretores Municipais;
- e) a urbanização de orlas e áreas marítimas, outro componente inexistente na etapa anterior, especificando melhorias e obras nos espaços litorâneos. No mapa a seguir são mostrados os investimentos em reais do PRODETUR I e II nos municípios da RMF:

Mapa 2 – Investimentos do PRODETUR I e II – Região Metropolitana de Fortaleza



Grosso modo, os recursos são concentrados no Litoral Oeste da Região Metropolitana de Fortaleza e na capital de Fortaleza, apesar de os recursos serem destinados a Aquiraz para a construção e ampliação de vias rodoviárias.

PRODETUR NACIONAL

Segundo o Ministério do Turismo (MTUR), o Prodetur Nacional é instituído em 2010 com base nas assinaturas de contrato pelo próprio MTUR e pelo BID. Percebe-se desde aí uma diferenciação no contexto político-administrativo do programa, já que nas fases anteriores o Banco do Nordeste do Brasil (BNB) era o órgão responsável pelos investimentos, projetos e pela distribuição, e nessa fase é substituído pelo MTUR.

Nessa nova etapa, existem recursos em torno de US\$ 2 bilhões para todo o Brasil, com recursos do BID, MTUR, e com as contrapartidas de cada estado ou município. O principal objetivo do programa é a ampliação do acesso de recursos pelos estados e municípios.

Segundo o MINISTÉRIO DO TURISMO (2010), o PRODETUR estrutura-se similarmente às outras fases, porém cria novos tipos de componentes:

a) Estratégia de Produto Turístico – inclui urbanização de espaços, capacitação empresarial/profissional, estudos de viabilidade técnica, além de construção de equipamentos turísticos.

b) Estratégia de Comercialização – inclui planos de marketing, ações inovadoras de promoção e comercialização, sendo um dos componentes mais inovadores do Prodetur Nacional.

c) Fortalecimento Institucional – engloba investimentos direcionados a gestões municipal e estadual, elaboração de planos, e projetos e sistemas que favoreçam a atividade turística.

d) Infraestrutura e serviços – trata de recursos tradicionais, como saneamento básico, transporte (vias rodoviárias e urbanas), sinalização turística, além de construção/melhoria de terminais de passageiros.

e) Gestão ambiental – refere-se a recursos para Proteção e Recuperação de patrimônio histórico e ambiental, além de planos e projetos que envolvam a gestão ambiental.

Além dessa nova reformulação estrutural de investimentos, uma questão político-administrativa modifica-se. No PRODETUR II, a gestão municipal ganha força pela tendência de articulações com o Estado na escolha de áreas, de divisão de investimentos, entre outros fatores. Já no PRODETUR NACIONAL, o município acima de 1 milhão de habitantes pode pedir projeto individual ao programa.

No caso nordestino, as capitais estaduais se destacam como os principais polos turísticos de seus respectivos estados, e possuem uma economia diversificada e relativamente desenvolvida. Quanto ao turismo, quatro capitais se sobressaem: Salvador (BA), Recife (PE), Fortaleza (CE) e Natal (RN), possuindo as três primeiras as economias mais desenvolvidas da Região.

A prática turística no litoral da Região Metropolitana de Fortaleza

Este tópico é uma construção teórica preliminar para compreender as redefinições socioespaciais na Região Metropolitana de Fortaleza, com base nas atividades turísticas, nas políticas públicas de turismo e na urbanização litorânea, como já foi dito.

Assim, para o conhecimento das diferenciações socioespaciais existentes no espaço metropolitano é necessário construir tipologias tomando como base a metodologia proposta e apoiar-se numa construção teórica e empírica, e compreender a prática turística no espaço metropolitano. Assim, este tópico foi construído em três partes para uma melhor compreensão da construção teórica da investigação: a) o turismo a começar da cidade de Fortaleza; b) a expansão metropolitana com base nas políticas públicas e na ascensão da atividade turística; c) os “espaços” com relações deficientes às atividades turísticas.

A cidade de Fortaleza: a porta de “entrada”

A cidade de Fortaleza é o principal destino turístico do Ceará, acolhendo grande parte dos turistas e apresentando-se como o centro distribuidor de fluxos turísticos. Tal conjuntura deve-se ao grande parque hoteleiro, com quase 200 meios de hospedagem, totalizando aproximadamente 27 mil leitos, além de sólida infraestrutura, com centros financeiros, administrativos, restaurantes, shoppings, bares, bancos entre outros serviços.

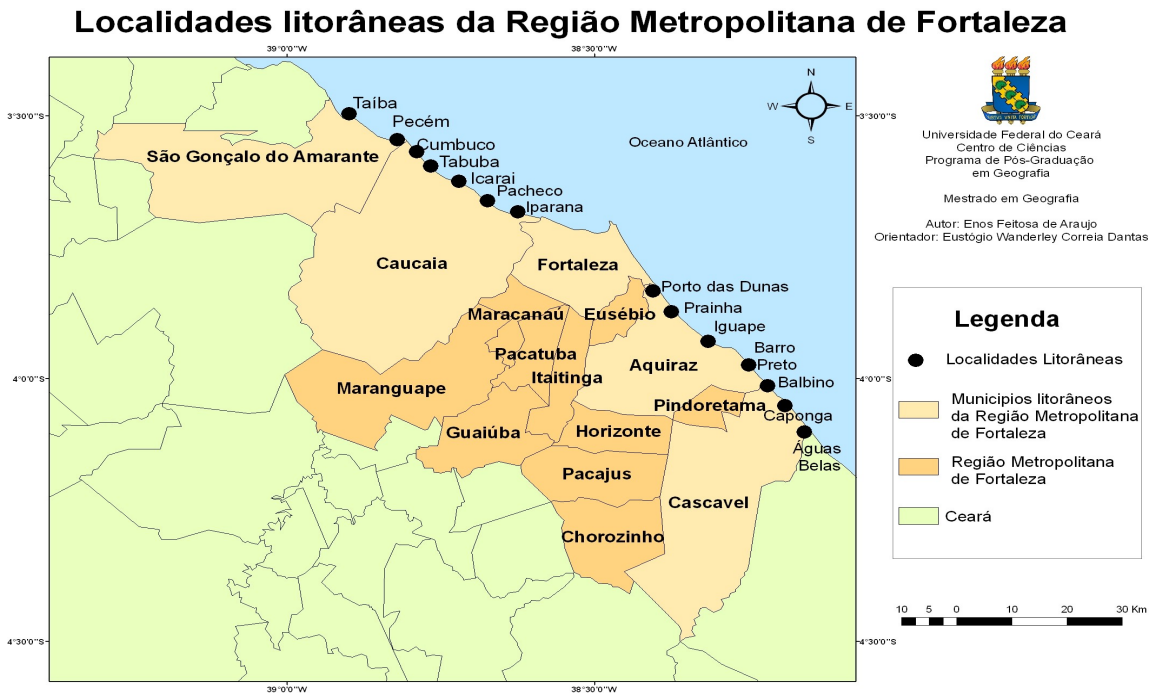
A dinâmica turística é solidamente firmada pelos investimentos estatais e privados em infraestrutura, como a expansão do aeroporto Pinto Martins, transformado em empreendimento de padrão internacional, com capacidade de até 3 milhões de turistas/ano, que recentemente passou por modificações estruturais para a ampliação dessa capacidade.

Dessa forma, definiu-se esse território da cidade (ou cidade-metrópole) de Fortaleza como o principal da metrópole, com algumas características peculiares:

- a) Apesar de não existirem resorts, os meios de hospedagem em Fortaleza são consolidados, com grande capacidade de leitos. Esses meios de hospedagem integram-se à dinâmica da cidade, estando a maioria deles localizada nas imediações da Avenida Beira Mar, Aldeota, Meireles, com algumas poucas exceções na Praia do Futuro e em alguns bairros comerciais.
- b) A maioria dos agentes turísticos localiza-se em Fortaleza (nos planos internacional, nacional e local) e faz estratégias privilegiando o turismo na cidade. Essa lógica vem se consolidando com mais firmeza nos últimos tempos em virtude da escolha das cidades-sedes da Copa do Mundo de 2014.
- c) A cidade de Fortaleza não é exclusivamente turística; tem uma dinâmica de capital cearense e, assim, possui estabelecimentos de diversas demandas e peculiaridades, além do restrito patrimônio histórico e cultural, mas suficientes para formar pacotes turísticos no Centro e adjacências: museus, centros históricos, mercados e centros, ou seja, alternativas de atrativos para eventuais passeios turísticos.
- d) Os governos em suas diversas escalas investem consideravelmente em infraestrutura na cidade, aliando ao turismo uma política de planejamento da Região Metropolitana de Fortaleza. Tal afirmativa leva a se pensar: planejamento do turismo, ou da cidade pelo turismo?
- e) O marketing e a propaganda de Fortaleza (por ser capital do Ceará) é uma variável relevante no planejamento turístico do Ceará, sendo consolidado ao longo dos governos estaduais, com destaque também para as praias de Cumbuco (na RMF) e Jijoca de Jericoacoara (“paraíso perdido” do Ceará).

Desde 1950 Fortaleza já registrava turistas, e principalmente a partir 1953, com a construção do calçadão da Beira-Mar, atrai hotéis e pousadas em seu entorno, estabilizando a área como uma das mais importantes nas atividades de lazer e recreação da cidade. Aliás, nos anos 1980 esse fluxo turístico acentua-se, expande-se, extrapolando a cidade de Fortaleza, consolidando o seu fluxo e produzindo uma lógica turística no espaço da metrópole.

Mapa 3 – Localidades litorâneas da RMF



FONTE:

IBGE, IPECE, 2011.

A expansão de Fortaleza e os espaços metropolitanos

Nos anos 1980, o turismo intensifica-se de uma forma significativa no mundo, e a cidade de Fortaleza acompanha essa tendência. Estimulado por políticas públicas, propaganda e marketing, o turismo ultrapassa os limites da cidade de Fortaleza e consolida-se na metrópole ao influenciar outros espaços, como os dos municípios de Aquiraz e Caucaia, e, de forma menos intensa, o de São Gonçalo do Amarante.

Deve-se sempre atentar para a urbanização litorânea motivada pela vilegiatura, anteriormente ao fenômeno do turismo, que desde 1920 – e em seu ápice nos anos 1950-1960 – produziram espaços destinados ao lazer, em destaque a Praia de Iracema e a Beira-Mar em Fortaleza, as praias de Icarai e Iparana em Caucaia, a Prainha no Aquiraz e Taíba em São Gonçalo do Amarante.

Assim, tem-se os espaços turísticos metropolitanos de Fortaleza, resultantes da expansão de espaços de lazer da metrópole, privilegiando as áreas litorâneas. Tem-se as localidades do Porto das Dunas e Cumbuco, que possuem em sua origem uma relação íntima com o turismo e que cresceram significativamente nos anos 1980-1990.

Essas duas localidades possuem uma maior relação com a metrópole de Fortaleza do que as suas próprias sedes, resultado da produção do espaço metropolitano. Atrelado à lógica de urbanização litorânea iniciada pela vilegiatura, o turismo nas três últimas décadas influencia as localidades litorâneas e produz novos espaços. De forma preliminar e sintética, elaboraram-se questões que tentam explicar o processo de metropolização e urbanização litorânea realizadas nesses espaços:

- a) Porto das Dunas e Cumbuco “nascem” de uma lógica ligada ao turismo, sendo que o primeiro espaço é “exclusivamente de lazer”, não possuindo ocupações anteriores significativas, enquanto o último era uma vila de pescadores, e por ser ter sido ocupada tardiamente possui vinculação com o turismo.
- b) A vinculação com o turismo e a expansão da cidade e da metrópole: Porto das Dunas aparece como uma localidade associada à expansão da porção leste/sudeste da cidade de Fortaleza, área valorizada pelas classes mais abastadas, com características restritivas (sem acesso de transporte público, ruas sem pavimento), privilegiando o acesso aos turistas e às classes mais abastadas. Além da vinculação turística, a localidade possui valorização para áreas residenciais, enquanto Cumbuco é um local, sobretudo, turístico.
- c) A relação das duas localidades com as sedes municipais são ínfimas e, nessa circunstância, a dinâmica da localidade raramente tem relação com a sede (praticamente a questão político-administrativa), distanciando-se, cada vez mais, da lógica municipal e se aproximando da lógica metropolitana.
- d) As localidades são privilegiadas pelo poder público e privado, recebendo recursos financeiros de várias escalas, principalmente para infraestrutura e demais empreendimentos, além de incentivos fiscais e outros financiamentos.

Espaços “fora” do circuito turístico?

Apesar de apresentarem fluxo de turistas, as outras localidades litorâneas não citadas ainda neste tópico seriam espaços fora do circuito turístico, que teriam fluxos “residuais” desse fluxo turístico. Percebe-se uma tendência de “direcionamento” para localidades turísticas por parte das grandes agências turísticas, reforçando o papel delas na dinâmica turística.

Dessa maneira, as localidades litorâneas fora desse circuito turístico perdem seus fluxos, ficando à mercê de eventuais fluxos residuais, ou seja, de turistas que buscam

alternativas às localidades que são determinadas. Tem-se, como um exemplo, a localidade de Taíba, que, apesar de sua importância turística, não possui grandes fluxos quando comparados à Fortaleza, Porto das Dunas e Cumbuco.

Para a compreensão da dinâmica nesses espaços, foram elencadas algumas questões:

- a) Essas localidades são mais distantes do grande centro turístico – Fortaleza, o que torna difícil o acesso a elas, já que a maioria das agências não as vincula aos seus pacotes.
- b) Os investimentos em infraestrutura existem; porém, por serem específicos, não conseguem alavancar grandes investimentos privados. Como exemplo, a urbanização de Pecém e Taíba não consegue solitariamente ter “força turística” para aumentar seus fluxos.
- c) Essas localidades são distantes das metrópoles e das suas próprias sedes, não possuem grandes investimentos públicos e privados, e assim, tornam-se localidades com dinâmicas sazonais e irregulares, ficando à parte dos principais circuitos turísticos promovidos pelos agentes do turismo.

Desse modo com esses argumentos, mostraram-se nesse tópico as principais dinâmicas e os processos, evidentes na produção dos espaços litorâneos metropolitanos de Fortaleza, mas sem a pretensão de fechar todo o debate que possa existir sobre o assunto, pois são discussões preliminares que refletem o movimento do pensamento do autor deste trabalho.

Considerações Finais

Buscou-se, neste ensaio, compreender o espaço litorâneo metropolitano de Fortaleza a partir das atividades turísticas e suas dinâmicas. Mediante as políticas públicas iniciadas em 1993, com o PRODETUR/NE I, inicia-se uma série de investimentos estatais – principalmente em infraestrutura – voltados ao turismo, com a finalidade de promover o aumento de receitas e fluxos turísticos.

Com a consolidação de políticas como o PRODETUR/NE II, em 2003, e, recentemente, o PRODETUR NACIONAL, o Nordeste brasileiro orienta-se na dinâmica turística nacional e internacional, atraindo recursos e fluxos turísticos, firmando-se como um dos principais destinos turísticos do Brasil e do mundo.

Com a promoção desses investimentos públicos, o espaço metropolitano torna-se o lócus dessa lógica turística. As metrópoles nordestinas formam o principal centro distribuidor de fluxos turísticos, consolidando a prática da atividade turística litorânea e metropolitana.

Por outro lado, o espaço metropolitano – desde a sua essência – apresenta-se desigual e contraditório, pois apenas determinados locais são selecionados para a demanda turística, o que implica a concentração de grande parte dos investimentos, dos recursos, da infraestrutura, dos equipamentos urbanos e dos demais fluxos turísticos.

Dessa forma, as políticas públicas turísticas promovem o crescimento de fluxos turísticos e a articulação da dinâmica metropolitana com a prática turística, mas, em contrapartida, reforçam as diferenciações socioespaciais ao promover a centralização de grande parte dos fluxos turísticos em determinadas localidades, deixando outras à margem dos investimentos e das dinâmicas turísticas.

Referências

AMBRÓZIO, J. Viagem, turismo, vilegiatura. **GEOUSP**, nº 18, p. 105-113, São Paulo, 2005.

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL. Relatório final do PRODETUR NE. Brasília, 2005.

BECKER, B. K. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, Vol. 1, nº 1, Rio de Janeiro, 2001, p. 1-7.

BERTRAND, F. As relações homem-natureza no quadro dos litorais atlânticos. **Ra'Ega**, nº 4, p. 7-21, Curitiba, 2000.

BOYER, M. **História do turismo de massa**. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru: EDUSC, 2003.

CORBIN, A. **O território do vazio**: a praia e o imaginário ocidental. Tradução: Paulo Neves. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

DANTAS, E. W. C. **Mar à vista**: estudo da maritimidade de Fortaleza. Fortaleza: Museu do Ceará, 2002.

_____. Construção da imagem turística de Fortaleza/Ceará. **Mercator**. Ano 1, nº 01, Fortaleza, 2002b, p. 53-60.

_____. **Maritimidade nos trópicos**: por uma geografia do litoral. Fortaleza: EdUFC, 2009.

DANTAS, E. W. C.; PEREIRA, A. Q.; PANIZA, A. Urbanização litorânea e vilegiatura marítima nas metrópoles nordestinas brasileiras. **Cidades** (Presidente Prudente), v. 5, p. 14-34, 2008.

DANTAS, E. W. C.; FERREIRA, A. L.; LIVRAMENTO, M. C. (Orgs.). **Turismo imobiliário nas metrópoles**. 1. ed. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2010, v. 1, 224 p.

KNAFOU, R. Une approche géographique du tourisme. **L'espace géographique**, 3, pp. 193-204, 1997.

LUCHIARI, M. T. P. Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In SERRANO, C.; BRUHNS, H. T.; LUCHIARI, M. T. P (Orgs.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papirus, 2000.

PEREIRA, A. Q. **Veraneio marítimo na metrópole**: Fortaleza em Aquiraz. (Dissertação) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2006.

PEREIRA, A. Q. Por uma teoria da condição urbana da vilegiatura marítima. In **Seminário Nacional Governança Urbana e Desenvolvimento Metropolitano**, 2010, Natal. Governança Urbana e Desenvolvimento Metropolitano. Natal, 2010, v. 1. p. 1-17.

SECRETARIA DE TURISMO DO CEARÁ. Indicadores Turísticos do Turismo no Ceará: 1995-2006, Fortaleza, 2007.

SECRETARIA DE TURISMO DO CEARÁ. Indicadores turísticos 2008. Fortaleza, 2009.

URRY, J. **Olhar do Turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. 3 ed. São Paulo: SESC, 2001.