

TURISMO E PRODUÇÃO DO ESPAÇO LITORÂNEO: MODERNIZAÇÃO E CONTRADIÇÕES SOCIOESPACIAIS EM JOÃO PESSOA – PB

RESUMO

Este artigo aborda o turismo na zona litorânea da cidade de João Pessoa, capital do Estado da Paraíba, destaca o papel do Estado através de investimentos no Polo Turístico Cabo Branco e discute algumas implicações socioespaciais dessa atividade no contexto local. O artigo lança um olhar crítico sobre os rebatimentos da turistificação na área litorânea de João Pessoa, levando a uma valorização do solo urbano e, conseqüentemente, impondo transformações na estrutura fundiária e na produção do espaço urbano local. São feitas referências às ações do Estado no sentido de equipar o espaço pessoense com as infraestruturas urbanas necessárias para viabilizar a instalação do Polo Turístico Cabo Branco. Essa área é marcada por algumas amenidades naturais, a exemplo de resquícios de vegetação nativa e da proximidade do mar.

Palavras-chave: Produção do espaço turístico; valorização de áreas litorâneas; desenvolvimento e turismo.

TOURISM AND PRODUCTION OF COASTAL SPACE: MODERNIZATION AND SOCIO-SPATIAL CONTRADICTIONS IN JOÃO PESSOA – PB

ABSTRACT

This article approaches tourism in the coastal zone city of João Pessoa, capital of the State of Paraíba, highlighties the role of the state through investments in the Tourist Site of Cabo Branco and discusses some of the socio-spatial implications of this activity in the local context. In this sense, this article takes a critical look at the aftermaths of “touristification” in the coastal area south of João Pessoa, which inevitably leads to an increase in urban land value and requires changes in land ownership and production in local urban space. References are made to the actions of the State to equip the space in the Coast of the city of João Pessoa, with the urban infrastructure required to enable installation of the Tourist Site of Cabo Branco. This area is marked by natural amenities, such as residues of native vegetation and proximity to the sea.

Keywords: Production of the tourist space; increase value of coastal area; development and tourism.

¹ Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia de
Pernambuco
adauto@recife.ifpe.edu.br

Correspondência:

Adauto Gomes Barbosa
Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia de
Pernambuco, Av. Prof Luiz Freire,
500, Cidade Universitária
Recife (PE) – CEP: 50740-540

INTRODUÇÃO

O turismo deve ser considerado, antes de tudo, como uma prática social que produz profundas repercussões no espaço geográfico, uma vez que essa prática resulta no consumo de espaço, por meio da paisagem como recurso turístico (CRUZ, 2003). Essa prática não ocorre por acaso, pois é fortemente determinada pela cultura. Na busca do crescimento do turismo, a paisagem urbana (e por vezes a rural) é constantemente alterada, com o intuito de produzir lugares turísticos. Segundo Cruz (2003), a condição para que um lugar seja qualificado como “turístico” é, primeiramente, ser frequentado por turistas e, em segundo lugar, possuir alguma infraestrutura para atender o turista.

Com base nessa questão, o presente artigo aborda o turismo de consumo sob uma perspectiva crítica, tendo como recorte espacial a cidade de João Pessoa. Destaca o papel do Estado na produção de espaços turísticos, discutindo suas implicações socioespaciais na realidade local.

Desde o final da década de 1980, que o Governo Estadual anunciou a inserção da Paraíba na política de megaprojetos turísticos levada a efeito pelo Governo Federal. Transcorridas cerca de duas décadas, o polo turístico não deslanchou, mas ainda continua sendo tratado como alternativa para a expansão da economia paraibana.

Entretanto, com o objetivo de fomentar o turismo, evoca-se a beleza cênica das praias e comumente se faz alusão a uma suposta “vocação natural” do litoral nordestino para o desenvolvimento do turismo que, segundo seus defensores, constitui uma ind ustria que não polui e que gera muitos empregos. Não por acaso, o turismo   respons avel por grandes transforma es no espaço litorâneo regional e tem modernizado a estrutura econômica de muitos lugares, bem como causado a desterritorializa o da popula o local.

A produ o do espaço para atender as demandas do turismo de sol e mar, que   a tipologia predominante no Nordeste, tem como um dos primeiros efeitos o aumento dos preços da terra.  reas que outrora constituíam lugares de residência da popula o nativa passam a ser disputadas para a instala o de equipamentos turísticos, alguns deles de grande monta e vinculados a corpora es capitalistas ou ao próprio Estado. Em João Pessoa, os bairros localizados na orla marítima têm

recebido desde a década de 1980 várias benfeitorias que contribuem decisivamente para a elaboração de uma imagem turística. Conforme será discutido adiante, essa cidade é divulgada como lugar de tranquilidade e de convívio com o verde.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

As principais técnicas adotadas na pesquisa foram o levantamento bibliográfico, incluindo dissertações e artigos científicos, além do exame de fontes secundárias, como documentos da Prefeitura Municipal, do Governo Estadual e da imprensa local, referentes à área de estudo. Tomando por base o recorte temático “turismo e a produção do espaço litorâneo”, é feita uma abordagem dialética que privilegia as contradições inerentes ao processo histórico e social de produção do espaço litorâneo pessoense com vistas ao incremento do turismo.

De posse do material e de resultados da pesquisa que resultou na dissertação de mestrado do autor, contando ainda com a atualização de algumas informações, o presente trabalho faz uma apreciação crítica da ação do Estado e das transformações socioespaciais atreladas à referida atividade econômica (BARBOSA, 2005). O artigo trabalha também com o conceito de não-lugar, conquanto o foco principal da análise é o econômico e o pano de fundo da discussão aqui proposta seja o espaço enquanto mercadoria.

PRODUÇÃO E CONSUMO DO ESPAÇO URBANO PELO TURISMO

O espaço produzido e apropriado para o turismo se constitui em uma mercadoria. Uma das formas mais comuns desse processo ocorre quando o capital apropria-se de certas paisagens, naturais ou artificiais, com vistas a explorar o seu potencial turístico.

Os espaços turísticos resultam, muitas vezes, da refuncionalização dos lugares. O bairro de Tambaú, principal bairro turístico de João Pessoa, surgiu de uma vila de pescadores e, hoje, como permanência só resta o Mercado de Peixe. Mesmo assim, relatam os comerciantes, que por muito tempo houve pressões para que deixassem o local. Recentemente a Prefeitura Municipal construiu novo prédio

para a comercialização do pescado em instalações consideradas mais compatíveis com a paisagem e imagem turística do bairro.

Uma vez que a localização litorânea é objeto de crescente valorização econômica e que esta se funda na apropriação privada, deve-se ter em conta que, do ponto de vista do espaço urbano, o solo constitui um dos elementos mais importantes para o movimento do capital e a reprodução social. Nesse particular, o solo urbano e suas benfeitorias convertem-se em mercadoria. Harvey (1980) adverte que não se trata de uma mercadoria qualquer.

Assim sendo, o solo urbano e as inversões não podem deslocar-se livremente, o que confere privilégio aos que usufruem do monopólio de sua exploração em determinada localização. Trata-se também de um recurso ímpar, no sentido de que ninguém pode dispensar. É ainda algo permanente, ou seja, original e indestrutível. Outra vantagem é que o solo e as benfeitorias apresentam diversos e distintos usos que não são mutuamente exclusivos para o usuário.

O espaço expressa não apenas as ações do capital, como também as relações sociais. Ele se coloca “como condição geral de realização do processo de reprodução do capital, e de outro, o produto deste processo, como fruto de contradições emergentes do conflito entre as necessidades do capital e as necessidades da sociedade como um todo” (CARLOS, 1994, p. 14-15). Portanto, a produção e o consumo dos espaços turísticos são frutos de ações coordenadas que envolvem os agentes públicos e privados, como o Governo Estadual e a Prefeitura Municipal e os empresários dos segmentos turístico, imobiliário e da construção civil.

VALORAÇÃO E VALORIZAÇÃO DAS ÁREAS LITORÂNEAS

Desde o início do século XX, as áreas litorâneas apresentam valoração e valorização enquanto espaço de veraneio, de residência, de lazer e de turismo. De acordo com Moraes (1999), a valoração consiste numa atribuição de valor que tem como resultado uma apropriação intelectual ou imaterial da realidade. Enquanto a valorização significa a realização do valor, que se dá pela apropriação material.

Os elementos da natureza que compõem os espaços litorâneos transformam-se em recursos passíveis de apropriação capitalista, daí que são

valorizados no âmbito do mercado imobiliário e do turismo. Desse modo, “As ‘amenidades’ da natureza mercantilizada, num primeiro momento, como natureza ‘pura’, e isolada, passam a ser paulatinamente transformadas com a (re)produção socioespacial.” (RODRIGUES, 1999, p. 57, grifos da autora). Nesse sentido, a natureza como recurso converte-se em mercadoria. Nesse sentido, “o litoral [...] particulariza-se, modernamente, por uma apropriação cultural que o identifica como um espaço de lazer, por excelência, e os espaços preservados são, hoje, ainda mais valorizados nesse sentido” (MORAES, 1999, p. 18).

Os empresários do turismo têm procurado como nunca explorar a localização litorânea como pressuposto para a obtenção de renda diferencial, alterando de forma cada vez mais significativa o quadro de ocupação e uso do solo e, dessa maneira, gerando mudanças na estrutura fundiária. Terrenos que em outras épocas não eram explorados pelo turismo possuíam baixo valor de troca. Com efeito, ocorre uma alta dos preços e a consequente saída dos moradores pioneiros.

O crescimento da atividade turística na Região Nordeste é responsável por intensas mudanças na produção e consumo do espaço regional, em especial nas áreas litorâneas. Assim, ao apropriar-se do litoral, por meio da construção de novos objetos espaciais, como pousadas, hotéis, bares, restaurantes, centros de lazer e até residências de alto padrão construtivo, o turismo tem se tornado um dos principais vetores da produção espacial do espaço litorâneo regional.

Na proporção em que a praia, o verde e outras amenidades se convertem em fatores de valorização do espaço litorâneo, mais se intensifica o processo de uso e ocupação do solo, o que resulta em degradação desses recursos da natureza. Quando a ocupação eliminar tais qualidades, outras áreas tenderão a se constituir em novos alvos do capital, numa lógica contraditória de contínua construção e destruição.

Madruca (1992) estudou o significado dos processos de ocupação do litoral paraibano, chamando a atenção para as transformações intensas que tal recorte espacial tem sofrido. Ele aponta a falta de planejamento e a consequente ocupação desordenada como processos bastante vinculados à degradação ambiental cada vez mais presente. Adverte que o processo de litoralização é

essencialmente autofágico, pois é destrutivo e provocador de problemas socioambientais.

Em João Pessoa, uma das faces da litoralização é a intensa verticalização que ocorre desde o limiar dos anos 1990, nos bairros localizados ao longo da porção norte da orla marítima da cidade. Neles, há uma considerável ampliação e diversificação dos serviços especializados destinados às camadas mais favorecidas do ponto de vista socioeconômico. Nos bairros do Cabo Branco, Tambaú, Manaíra e Bessa, só para citar os casos mais representativos, edifícios residenciais de alto padrão, hipermercados, *shopping centers*, escritórios e consultórios voltados para os estratos mais ricos estão cada vez mais presentes na paisagem urbana. É também nessa parte da cidade onde estão instalados os principais equipamentos turísticos, como hotéis, restaurantes, casas de câmbio e agências de viagem. Nas décadas de 1980 e 1990 teve início a grande diversificação da oferta hoteleira na orla marítima de João Pessoa. Surgiram novas modalidades de hospedagem como apart-hotéis, pousadas e *flats*. Na década de 1970, todos os leitos disponíveis na cidade eram da modalidade hotel.

Como efeito da modernização que se instala na cidade, há uma diversificação das modalidades de ofertas de hospedagem. De acordo com Leandro (2006, p. 133),

[...] nos anos 1980, as pousadas ofereciam 23,2% do total de leitos. Porém, na década seguinte, também reduziram a sua participação para 20,7%. Até a década de 1990, os hotéis ainda representam a maior oferta de leitos da orla, com 62,5%, superando as pousadas (20,7%), os flats (15,6%) e os apart-hotéis (1,2%). Na década de 1990, a oferta de leitos em flats (15,6%) quase se equiparou a das pousadas (20,7%), tornando-se uma nova opção de hospedagem.

A queda relativa do número de leitos em hotéis deve ser interpretada como uma consequência do aumento da oferta das outras tipologias de hospedagem e, por conseguinte, da ampliação e da diversificação da demanda. Esse crescimento também pode ser chamado de turistificação do Litoral Norte pessoense. Tal fenômeno sinaliza claramente o processo de valorização dos bairros da orla marítima como espaços turísticos.

Por outro lado, no que se refere ao Litoral Sul, ocorrem investimentos públicos na implantação da infraestrutura enquanto a iniciativa privada massifica suas ações principalmente através da instalação de Condomínios Fechados Horizontais (CFHs). Essas ações têm contribuído para a crescente valorização do solo urbano. Os aumentos substantivos nos preços na zona urbana geram novos padrões de uso e ocupação do solo e, portanto, um processo de elitização dessa parte da cidade. Formam-se novos subespaços na periferia urbana, a qual já não mais deve ser considerada como área de ocupação exclusiva dos pobres. O espaço urbano passa a exibir novos conteúdos sociais e econômicos nas suas áreas periféricas, o que expõe ainda mais o fenômeno da segregação socioespacial.

Barbosa (2005) aponta uma valorização de cerca de 580% nos preços de alguns lotes comercializados nos CFHs situados no bairro Portal do Sol, na área do Altiplano do Cabo Branco, Litoral Sul pessoense, no intervalo de quatro anos. Caso ainda mais emblemático de valorização se constata nos preços praticados por lotes nos novos CFHs: Extremo Oriental, Porta do Sol Residence Privê, Bosque das Orquídeas, dentre outros, em que um lote é vendido por mais de 150 mil reais. Isso se constata não só nesses CFHs, como também em outros condomínios horizontais localizados em fragmentos territoriais da cidade de João Pessoa. Um aumento de aproximadamente 1.500% quando comparado com o valor dos primeiros lotes comercializados na década de 1990, no Cabo Branco Residence Privê, primeiro CFH lançado no bairro Portal do Sol, onde um terreno custava em torno de 10 mil reais.

A valorização do Litoral Sul no mercado imobiliário também está atrelada à inauguração, em 2008, da Estação Cabo Branco: Ciência, Cultura e Artes. Trata-se de um espaço construído pela Prefeitura Municipal, voltado para a realização de eventos artísticos, científicos e culturais. O projeto arquitetônico é assinado por Oscar Niemayer e apresenta forte impacto na paisagem local, conforme se vê na figura 1, citada abaixo.



Figura 1 – Estação Cabo Branco: Ciência, Cultura e Artes, localizada nas proximidades do Farol do Cabo Branco e da Ponta do Seixas.

Fonte: Prefeitura Municipal de João Pessoa, 2010.

Essa “grife” contribui para qualificar o Litoral Sul pessoense do ponto de vista do turismo, sobretudo por estar localizada na área do Farol do Cabo Branco e bem próximo da praia da Ponta do Seixas, explorada turisticamente como o ponto mais oriental das Américas, ainda que, de fato, seja o mais oriental da América do Sul. Considerado como um dos mais importantes pontos turísticos de João Pessoa, esse equipamento urbano, há poucos anos inaugurado, já está em fase de ampliação por parte da Prefeitura como forma de agregar ainda mais valor a tal localização litorânea.

Portanto, a par de toda essa dinâmica, a localização litorânea propicia condições radicalmente favoráveis à extração de renda fundiária, o que altera sobremaneira o padrão de uso e ocupação do solo. É com base nesse entendimento que as empresas buscam incessantemente maximizar seus lucros por meio da especulação imobiliária em áreas litorâneas.

DESENVOLVIMENTO E TURISMO

As alterações ocorridas no espaço em função do turismo resultam em toda sorte de mudanças, inclusive as que se dão no plano das relações sociais, tornando difícil avaliar as dimensões dos seus impactos. Para muitos, isso representa o preço do desenvolvimento que essa atividade por si só potencializa. Todavia, de acordo com Cruz (2000), difunde-se um mito de que o turismo é uma atividade econômica que teria uma capacidade ímpar de promover o desenvolvimento. A autora sustenta que isso não passa de um “mito de desenvolvimento”.

Desta feita, “desenvolvimento turístico não é sinônimo de desenvolvimento, pois nenhuma atividade econômica setorial pode assegurar um desenvolvimento global, que contemple todas as dimensões da vida social” (CRUZ, 2000, p. 25). Além disso, a modernização em que se insere o turismo é concentradora de renda, perpetuadora de desigualdades socioespaciais.

Portanto, o mito do desenvolvimento vinculado à atividade turística tem sua base em confusões conceituais entre desenvolvimento, desenvolvimento econômico, geração de riqueza e distribuição de renda. Por várias vezes, o discurso que faz apologia ao turismo pelo turismo advoga a ideia de que tal atividade é propiciadora de desenvolvimento local. A esse respeito, é preciso estar atento para os equívocos conceituais que confundem desenvolvimento econômico como se esse fosse simples crescimento econômico sem assegurar o desenvolvimento social, isto é, sem a efetiva melhoria da qualidade de vida das pessoas e a promoção de justiça social, conforme adverte Souza (2003). No primeiro caso, ocorre tão somente a modernização das estruturas econômicas, o que não garante a melhoria da qualidade de vida da sociedade.

Outro ponto que merece ser discutido diz respeito ao fato de que o turismo, forçosamente, promove uma perda de identidade nos lugares onde ele se instala. Nesse sentido, “se um lugar pode se definir como identitário, relacional e histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico definirá um não-lugar” (AUGÉ, 1994, p. 73). Assim, na proporção em que os lugares se abrem para o turismo, aumenta o estranhamento da população local com seu próprio lugar, que vai deixando de sê-

lo. Enquanto isso, aquilo que é feito com o objetivo de atrair turistas, transforma-se numa espécie de espetáculo (CARLOS, 1999). Dessa maneira, afirma a autora que:

A indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório, onde o espaço se transforma em cenário para o “espetáculo” para uma *multidão amorfa* mediante a criação de uma série de atividades que conduzem a passividade, produzindo apenas a ilusão da evasão, e, desse modo, o real é metamorfoseado, transfigurado, para seduzir e fascinar. Aqui o sujeito se entrega às manipulações desfrutando a própria alienação e a dos outros (CARLOS, 1999, p. 26).

Portanto, o espaço produzido pelo turismo é desprovido de espessura e parece não possuir história, sentido ou identidade. Há então um processo, deliberado ou não, de criação de não-lugares. O lugar é produto das relações cotidianas estabelecidas a partir da tríade: habitante – identidade – lugar. Ele possui uma espessura cultural, produzida com base no plano do vivido. Há também uma relação de pertencimento mútuo entre o sujeito e o lugar, pois ambos se pertencem. A autora adverte que o não-lugar não consiste apenas na negação do lugar. O elemento distintivo de ambos reside certamente no processo de constituição de um e de outro. Nesse caso, o não-lugar é produto da história do turismo, como este se constitui numa determinada área, a partir da produção de simulacros de lugares que, enquanto tais, não são lugares.

Em sentido geográfico, o lugar constitui a tribo, ou seja, um foco de resistência à tendência homogeneizante do processo globalizador. Santos (1997, p.37) ressalta que “é pelo lugar que revemos o Mundo e ajustamos nossa interpretação, pois nele o recôndito, o permanente, o real triunfam, afinal, sobre o movimento, o passageiro, o imposto de fora”.

Contudo, os lugares são “bombardeados” por discursos que na maior parte dos casos visam quebrar tais resistências. No que concerne a João Pessoa, evocam-se os atributos “naturais” e a qualidade de vida associada ao mito de que seria a segunda cidade mais verde do mundo (só perdendo para Paris). Conforme discute Leandro (2006), associada a isto estaria a tranquilidade e a pretensa convivência harmoniosa entre o urbano e o rural, entre o verde e as construções, entre os

ritmos lentos e os ritmos acelerados. Na tentativa de construção de uma imagem para fomentar o turismo de consumo, revistas especializadas nem sempre informam corretamente. Leandro (2006) critica trecho de matéria da revista *Brasil Travel News* ao anunciar de forma equivocada que a área verde de João Pessoa se estenderia até Campina Grande. Desta feita, “A encantadora, histórica e despoluída capital paraibana e as cidades vizinhas – Santa Rita, Cabedelo, Conde e Campina Grande –, ostentam uma invejável área verde” (LEANDRO, 2006, p. 22).

É interessante destacar que esse tipo de propaganda turística não contribui para o entendimento crítico da realidade do lugar, pois ela trata as paisagens como imagens fixas e ideais. O turismo, tratado por este prisma, se torna muito mais uma visão distorcida do real do que propriamente a oportunidade de ampliar os horizontes da percepção humana por meio da vivência de diferentes contextos geográficos.

Nesse sentido, vive-se plenamente a época dos signos. Desse modo, “os símbolos baralham, porque tomam o lugar das coisas verdadeiras” (SANTOS, 1997, p. 29). O turismo serve-se dos espaços supostamente preservados para a contemplação do visitante. O espaço litorâneo é transformado numa espécie de paraíso de sol e mar, a partir de uma frequente simulação do real.

Segundo Santos (1993), a interpretação da realidade em curso impõe que à divisão clássica do processo produtivo em produção, circulação, distribuição e consumo, necessita-se acrescentar a noção de regulação. Esta se refere às inúmeras formas de comando ou gerenciamento que as novas tecnologias de comunicação e de informação colocam à disposição dos indivíduos e, principalmente, das empresas. Essas tecnologias permitem que, mesmo a milhares de quilômetros, uma corporação controle os negócios em distintos lugares do planeta, impondo-se assim como uma verticalidade, ao mesmo tempo em que torna instáveis as relações locais que conformam as horizontalidades. O turismo, como uma atividade econômica de caráter globalizante, mais do que nunca se beneficia dessa virtualidade.

As virtualidades do lugar são cada vez mais exploradas pelas empresas e corporações capitalistas. As elites locais também participam da criação das condições para a modernização espacial.

As elites dirigentes locais podem, por exemplo, implementar estratégias de controle da mão-de-obra local, de melhoria das habilidades, de fornecimento de infraestrutura, de política fiscal, de regulamentação estatal etc., a fim de atrair o desenvolvimento para o seu espaço particular. [...] A produção ativa de lugares dotados de qualidades especiais se torna um importante trunfo na competição espacial entre localidades, cidades, regiões e nações. (HARVEY, 1992, p. 266)

No entanto, isso não significa que os lugares vão assumir características e potencialidades econômicas distintas entre si. Muito pelo contrário, o que se observa é a tendência crescente de uniformização desses lugares. Os espaços turísticos, nesse aspecto, vão reproduzir relações sociais comuns e expressar formas arquitetônicas cada vez mais semelhantes de outros lugares turísticos.

Os ditos bairros turísticos de João Pessoa exibem essa relativa uniformização com lugares turísticos de outras cidades brasileiras e até estrangeiras marcadas por semelhante fenômeno socioespacial. Não por acaso, a principal referência de turismo da cidade é o bairro de Tambaú, onde na década de 1970 foi construído o Hotel Tambaú e o Mercado de Artesanato e, nas décadas subsequentes, o Mercado de Artesanato Paraibano (1988), o Centro Turístico Tambaú (1988), a Delegacia do Turista (1988), além de reurbanizações ocorridas na Feirinha de Tambaú e do calçadão do Cabo Branco e de Tambaú.

Leandro (2006) ressalta o papel da primeira gestão do Governador Tarcísio de Miranda Burity (1979–1982) na realização de importantes ações para promoção do turismo, tal como a construção do Espaço Cultural José Lins do Rego, em 1982, e a adoção de legislações direcionadas para áreas de interesse turístico. Foi justamente no segundo mandato do citado governador que foi lançado o projeto do Complexo Turístico Costa do Sol, mais tarde denominado Polo Turístico Cabo Branco.

Como se nota, as transformações urbanas estão diretamente atreladas aos interesses das elites políticas e econômicas, usando o Estado como agente de estruturação do espaço urbano. Na maior parte das vezes, as ações das elites locais estão muito mais em sintonia com os interesses de grupos econômicos exógenos

ao lugar do que com as demandas dos estratos sociais pobres que habitam a cidade. Nesse processo, a produção e consumo do espaço urbano são reveladores dessa contradição.

O POLO TURÍSTICO CABO BRANCO

Os megaprojetos de turismo constituem uma estratégia de modernização planejada pelo Estado, buscando disponibilizar à iniciativa privada terrenos de alto valor para a exploração desta atividade econômica e, com isso, obter sobrelucros de localização. Nesse caso, o Estado entra como um importante empreendedor. Esses megaprojetos criam estruturas territorialmente concentradas, com o objetivo de reduzir os custos de implantação da infraestrutura básica e favorecer a atuação da iniciativa privada.

O projeto do Polo Turístico Cabo Branco foi lançado em 1988, tendo seu gerenciamento a cargo da Empresa Paraibana de Turismo (PBTUR), que é vinculada ao governo estadual. Embora tenha sido criado o Grupo Executivo de Turismo (GETUR), em 1992, para implementar tal projeto, desde 1996 que ele voltou para o gerenciamento da PBTUR.

Entre os fatores favoráveis do Litoral Sul, localização que foi escolhida para a implantação do Polo Turístico Cabo Branco, estão a proximidade com as praias urbanas de Tambaú e Cabo Branco, no Litoral Norte da cidade e as mais frequentadas pelos turistas, do aeroporto de João Pessoa, das rodovias BR 101, que dá acesso a Recife e Natal, e BR 230, interligando a Campina Grande e os municípios do Sertão paraibano, ainda, a não-ocupação urbana e a presença de amenidades naturais que possibilitam tratar a paisagem como um disputado objeto de consumo pelos turistas. Nesse último exemplo, vende-se não o natural propriamente, mas uma visão idílica da natureza.

O plano de urbanização do projeto previa a instalação da infraestrutura hoteleira e residencial, além de outros equipamentos infraestruturais. No que se refere às obras já executadas no polo, de acordo com Pedrosa (1999), a malha viária encontra-se com cerca de noventa por cento concluídos. Todavia, adverte o autor que os impactos ambientais da abertura das vias de acesso foram muito negativos.

A degradação decorrente da obra ocorreu, principalmente, nos rios que tiveram seu curso interceptado pelas vias de acesso, comprometendo, em especial, a sobrevivência de manguezais. A propaganda oficial, porém, não expressa isso. Tal contradição evidencia-se nas seguintes palavras:

La capital de la Ecología: [...] El Brasil y el estado de Paraíba son privilegiados en este punto, disponiendo de recursos naturales que todavía ni siquiera fueron tocados, y de locales donde la presencia del hombre, aún no modificó el medio ambiente, ofreciendo al turista la oportunidad de convivir con la naturaleza en su estado más salvaje, o con muy pocas modificaciones. El Polo Turístico del Cabo Blanco, además de concentrar una serie de oportunidades de poder disfrutar de un espacio natural, se queda cada vez más rico con la vecindad de por lo menos 50 km de costa, donde se encuentran en toda su extensión arenas blancas, pequeños cerros costeros, palmeras, ríos, nacientes de agua, formaciones rocosas, y la fabulosa selva atlántica (PBTUR, 1996).

A despeito das palavras acima, foi justamente por conta da falta de um plano de manejo que as obras do polo turístico ficaram embargadas de 1991 a 1996, quando então foi elaborado um plano de recuperação de áreas degradadas. Outra contradição do discurso oficial é apontada por Rocha (2003), ao ressaltar que desde a criação do complexo turístico, em 1988, não há legislação de proteção de parques estaduais, muito embora os vales dos rios Jacarapé e Aratu tenham sido destinados, no zoneamento, para funcionarem como unidades de conservação. Só em 27 de dezembro de 2002, pelos Decretos nº 23.836 e nº 23.838 é que essas áreas foram legalmente reconhecidas como parques estaduais, ainda que até o momento presente eles não tenham saído do papel. Portanto, a proteção da natureza que parece constituir um aspecto funcional ao turismo nem sempre é levada a sério.

Há alguns anos, o Governo Estadual tem sinalizado no sentido da instalação efetiva do Polo Turístico Cabo Branco. Para tanto, em 2001, foi inaugurado o segundo trecho da PB-008. Essa rodovia passa pela área reservada para o polo turístico e interliga todo o Litoral Sul do Estado. Entre os projetos prioritários para a capital, destacam-se a construção do Centro de Convenções, que está em construção (ainda que no momento a obra se encontre parada) para

incrementar o turismo de eventos (Figura 2). Além disso, foram feitos alguns investimentos no Jardim Botânico. Previa também benfeitorias no Vale do Rio Jaguaribe e no Porto do Capim, de acordo com informação do Jornal da Paraíba, de 21 de março de 2004 (JORNAL DA PARAÍBA, 2004).



Figura 2 –Anúncio da obra do Centro de Convenções de João Pessoa, em construção na área do Polo Turístico Cabo Branco. A obra que estava planejada para ser concluída em dezembro de 2010, atualmente está parada.

Fonte: Adauto Gomes Barbosa, 2010.

Fica claro o papel do Estado em alavancar as políticas de estímulo ao turismo em João Pessoa, a partir do Polo Turístico Cabo Branco, ou ao menos da instalação do centro de convenções, que poderá servir de atrativo para os investimentos da iniciativa privada, sobretudo na ampliação da rede hoteleira. Como essa política tem implicações no que concerne à produção e consumo de espaço, deverá acelerar a transformação do espaço em mercadoria, de vez que o

processo em jogo está voltado para os interesses dos setores hegemônicos do capital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste artigo, destacou-se que a transformação do espaço em mercadoria constitui um processo inexoravelmente vinculado à reprodução do capital. O Estado e as corporações capitalistas são os agentes desse processo.

Ademais, o processo de “turistificação” do espaço litorâneo pessoense constitui uma realidade, mesmo que o Polo Turístico Cabo Branco não tenha efetivamente deslançado. Por outro lado, tal modernização não lança perspectivas para solucionar problemas fundamentais da cidade, como a carência de saneamento urbano-ambiental em vários bairros pobres. Não se trata de ser contra o progresso, mas de questionar sobre que tipo de cidade se quer ou a quem essa modernização seletiva beneficia.

O presente artigo não pretende esgotar a discussão, mas apenas propor algumas reflexões críticas julgadas importantes para se pensar o planejamento e a gestão do território. É preciso pensar o turismo para além dos supostos benefícios econômicos propalados pelos arautos da modernização, como também, enxergar as contradições socioespaciais que inevitavelmente tal atividade econômica promove, nos moldes insustentáveis do turismo de sol e mar, já bastante difundido em outras capitais do Nordeste brasileiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUGÉ, Marc. **Não-lugares**. Campinas: Papyrus, 1994.

BARBOSA, Adauto Gomes. **Produção do espaço e transformações urbanas no Litoral Sul de João Pessoa – PB**. Dissertação de Mestrado (Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2005. 191 f.

CARLOS, Ana Fani A. **A (re)produção do espaço urbano**. São Paulo: Edusp, 1994.

_____. **O turismo e a produção do não-lugar**. In: YÁZIGI, Eduardo et. al. (Org.) **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 1999, p. 25 - 37.

CRUZ, Rita de Cássia A. **Turismo, território e o mito do desenvolvimento**. In: Espaço, turismo e desenvolvimento. Revista do Departamento de Geografia e do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade de Brasília, vol. 3, n. 1, jan./jun. p. 19-26, 2000.

_____. **Introdução à Geografia do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2003.

EMPRESA PARAIBANA DE TURISMO – PBTUR. Polo Turístico Cabo Branco: informações básicas. João Pessoa, 1996.

HARVEY, David. **A justiça social e a cidade**. Tradução: Armando Corrêa da Silva. São Paulo: Hucitec, 1980.

_____. **Condição pós-moderna**. Tradução: Adail U. Sobral e Maria Stela Gonçalves. 5 ed. São Paulo: Loyola, 1992.

JORNAL DA PARAÍBA. Cássio finaliza entendimento com investidores para Polo Cabo Branco. Caderno Política. João Pessoa, 21 de mar. 2004.

LEANDRO, Aldo Gomes. **O turismo em João Pessoa e a construção da imagem da cidade**. Dissertação de Mestrado (Geografia) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2006. 198 f.

MADRUGA, Antonio Moacyr. **Litoralização: da fantasia de liberdade à modernidade autofágica**. Dissertação de Mestrado (Geografia Humana) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1992.

MORAES, Antônio Carlos R. **Contribuições para a gestão da zona costeira do Brasil: elementos para uma geografia do litoral brasileiro**. São Paulo: Edusp/Hucitec, 1999.

PEDROSA, Ioman L. **A gestão ambiental e o Polo Turístico Cabo Branco: uma abordagem sobre o desenvolvimento e meio ambiente**. Dissertação de Mestrado (Desenvolvimento e Meio Ambiente – PRODEMA), Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 1999.

ROCHA, Celena Soares. **Estudo das alterações na paisagem e proposta de ocupação sustentável para a área de implantação do Complexo Turístico Costa do Sol – município de João Pessoa-PB**. Dissertação de Mestrado (Desenvolvimento e Meio Ambiente – PRODEMA), Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2003.

RODRIGUES, Arlete Moysés. **A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental**. In: YÁZIGI, Eduardo et al. (orgs.) Turismo: espaço, paisagem e cultura. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999, p. 53 - 62.

SANTOS, Milton. **Materiais para o estudo da urbanização brasileira no período técnico-científico**. In: PAVIANI, Aldo et. Al. A questão epistemológica da pesquisa urbana e regional. Cadernos do Ceam/NEUR, n. 1. Brasília: Edunb, 1993.

_____. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **ABC do desenvolvimento urbano**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.