

AS POLÍTICAS PÚBLICAS DO TURISMO NA REGIÃO NORDESTE: NOVAS AÇÕES DO GOVERNO ESTADUAL CEARENSE

PUBLIC POLICIES OF TOURISM IN NORTHEAST REGION: NEW SHARES OF STATE GOVERNMENT CEARENSE

Enos Feitosa Araujo¹

Resumo: O turismo é uma atividade importante no Nordeste Brasileiro. A prática relaciona-se com as dinâmicas metropolitanas e a valorização dos espaços litorâneos, os quais ganharam importância devido a outros hábitos de lazer, tornando-se áreas principais para investimentos e fluxos turísticos. Analisar as novas ações e estratégias do Governo Estadual do Ceará é compreender os principais direcionamentos que o turismo está passando nos últimos anos: uma atividade econômica planejada moldada a partir dos interesses regionais e estaduais.

Palavras-chave: Turismo; Estado do Ceará; Políticas públicas.

Abstract: Tourism is an important activity in the Northeast of Brazil. The practice relates itself with the metropolitan dynamics and the valuation of coastal spaces, which have gained importance due to other leisure habits, becoming main areas for investments and tourist flows. Analyze new strategies and actions of the State Government of Ceará is the main directions understand that tourism is experiencing in recent years: an economic activity planned molded from regional and state interests.

Keywords: Tourism; State of Ceará; Public policies.

Introdução

As políticas públicas do turismo no Nordeste Brasileiro apontam nos anos 1980 com iniciativas dos governos estaduais, em que o Estado do Ceará destaca-se como um dos pioneiros quanto ao planejamento turístico. Porém, as políticas públicas relacionadas ao turismo ampliam-se em escalas governamentais. Conjugam-se agora, a relação das políticas públicas federais, estaduais e municipais.

O turismo, assim, é um vetor econômico de articulação e reformulações de fixos e fluxos em contexto regional-nacional-mundial. No Ceará, há transformações socioespaciais de grande amplitude porque a infraestrutura implantada reforçou não somente o turismo litorâneo, mas também a articulação da metrópole Fortaleza com todos os demais municípios litorâneos metropolitanos e também com outros municípios litorâneos não metropolitanos.

Ao se perceber um cenário regional nos anos entre 1980 e 1990, de que o Nordeste brasileiro possuía um “potencial turístico” — e que era necessária a consolidação do turismo —, várias ações governamentais foram realizadas no intuito de promover mudanças significativas na visão sobre o turismo: desde o habitante local até o turista estrangeiro.

¹ Doutorando pela Universidade Federal do Ceará. E-mail: enosfeitosa@gmail.com.

Com o discurso marítimo e turístico consolidado na sociedade, as políticas públicas apresentam-se como ações a ser implantadas para dar continuidade a essa nova lógica de produção espacial e social. Alguns espaços são privilegiados em detrimento de outros, numa guerra de lugares promovida pelos próprios agentes fundadores de todo esse emaranhado de relações turísticas.

Nordeste: a “região turística”?

Para compreender como o Nordeste brasileiro e o Ceará relacionam-se com o discurso turístico em ideários que refletem um “Nordeste turístico”, tem-se de analisar as ideias e os discursos anteriores que construíram vários “Nordestes”, ou seja, conhecer como o Nordeste ganha o papel ou discurso turístico nas últimas décadas.

Esse marketing turístico em prol da construção de um novo Ceará ou de mudanças no “discurso e imagem” do Estado não se resume apenas ao Estado. Perpassa por uma dinâmica espacial mais ampla, que abrange o discurso das elites com relação às ressignificações do Nordeste brasileiro, ou seja, com a “escala regional”.

A própria consciência ou o reconhecimento da “região Nordeste” tem sofrido mutações importantes no curso da história econômica e social nacional. É possível constatar, sem recuar muito no tempo, que o Nordeste como “região” tanto no sentido aqui proposto quanto no sentido mais corrente na literatura, na opinião pública e nas políticas e programas governamentais, somente é reconhecível a partir de meados do século XIX [...] Há, pois, na história regional, “regiões” dentro do que hoje é o Nordeste (OLIVEIRA, 1993, p. 32).

Oliveira (1993) destaca que a “invenção” do Nordeste brasileiro parte da necessidade da construção pelas classes mais abastadas. A consolidação de um discurso político e regional seria relevante para a manutenção das lógicas econômicas, como por exemplo, a produção da cana-de-açúcar e do café, e a pecuária extensiva.

Mas, segundo Haesbaert (2010), o conceito de região não pode apenas limitar-se à lógica econômica ou ao discurso político, visto que o Nordeste, apesar de influenciado pela predominância de certas lógicas das classes mais ricas, é uma construção material e imaterial, duas dimensões intrínsecas.

Assim, considera-se que o Nordeste como região não é somente uma criação, mas também uma articulação entre produção de vários processos sociais, espaciais, econômicos e culturais e agentes espaciais. O Estado, por exemplo — por meio das políticas públicas —, apresenta-se como um dos principais agentes que promovem mudanças socioespaciais.

Haesbaert (2010) enfatiza o conceito de região a partir de três supostos teóricos: a) produto-produtora dos processos de diferenciação espacial; b) produto-produtora de dinâmicas da globalização e fragmentação; c) construtora da atuação de diferentes sujeitos sociais. O autor, dessa forma, considera a região como um “arte-fato²”.

² Para Haesbaert (2010), o conceito de região baseia-se num “arte-fato”, pois rompe quanto à dualidade das dimensões materiais-funcionais e as de natureza ideal-simbólicas, significando um “constructo” dessas citadas dimensões.

Ainda segundo o autor, região, com base na análise desses supostos, apresenta-se como realidade material e imaterial mediante a multiplicidade e a complexidade de processos socioespaciais, agentes espaciais e arranjos espaciais. Assim, região não é compreendida somente pelo discurso (imaterialidade), mas por formas, processos e ações (materialidade).

Partindo do princípio de que região é uma construção múltipla, que se modifica perante os períodos temporais, as técnicas, as tecnologias, os agentes espaciais e as políticas públicas envolvidas, o Nordeste brasileiro é um exemplo dessa articulação, pois os discursos e as materialidades são diferenciados no contexto espaço-temporal.

A Região Nordeste, até o século XX, era caracterizada pelo clima semiárido de vegetações caducifólias, de monoculturas agroexportadoras — como a cana-de-açúcar, o café, o algodão —, além da pecuária extensiva para uma demanda mais local. Em suma, segundo o discurso regional, o Nordeste seria agrícola, pobre, com alta concentração fundiária e de renda (ANDRADE, 1979).

Por outro lado, as características naturais vinculadas à região não eram fatores determinantes de eventuais crises econômicas. Apesar desta aparente caracterização ambiental desfavorável, outros fatores econômicos, sociais e culturais influenciavam mais os problemas naturais supracitados, beneficiando principalmente as elites (ANDRADE, 1979).

A ocupação desordenada do território e o desejo do lucro rápido têm contribuído para agravar as condições da área e a intensificar a degradação dos solos, pobres em matéria orgânica, muitas vezes pouco espessos, e quase sempre em grande declive (ANDRADE, 2005, p. 19).

Apesar da limitação das técnicas e das tecnologias da época, a região pobre do semiárido era mais um discurso consolidado pelas elites para atrair mais investimentos do governo federal e para manter o domínio sobre a área, reforçando as oligarquias locais em todos os estados nordestinos.

Na relação da sociedade local com a natureza, compõe-se, portanto, conjunto de representações que norteiam as ações no espaço e a seu turno fundamentam as representações que as motivaram. Com a consubstanciação da região problema (o Nordeste), a elite política local obtém subsídios do governo central para o desenvolvimento regional, pautado: a) no reforço da estrutura fundiária e manutenção de lógica agroexportadora (inicialmente a cana-de-açúcar, na zona da mata, e, posteriormente, o algodão no Sertão), nos meados do século XIX aos anos 1950 do século XX; b) em implementação de política de industrialização direcionada pela SUDENE, dos anos 1960 aos anos 1980 (DANTAS, 2005, p. 23).

Com esse “Nordeste semiárido”, algumas políticas públicas do governo federal foram efetivadas para promover planejamento e desenvolvimento econômico, com destaque para a SUDENE. Por meio da regionalização e industrialização, o Nordeste brasileiro conseguiria prover as deficiências econômicas existentes.

Criada em 1959, a SUDENE não visava apenas planejar e desenvolver o Nordeste brasileiro, mas também implantar algumas ações sociais dirigidas à população mais pobre, como as referentes a gêneros alimentícios e assistência sanitária, além de obras contra as secas, geração de empregos e outras emergências de sua alçada (MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL, 2005).

Buscava-se, então, promover o desenvolvimento econômico do Nordeste brasileiro com a SUDENE, e nos anos entre 1960 e 1970 a atividade econômica privilegiada pelos investimentos foi a industrialização, que, influenciada pela política federal incentivada por Juscelino Kubitschek, tornou-se o principal agente de desenvolvimento no Brasil e no Nordeste brasileiro.

Essa industrialização acarreta transformações mais profundas no Nordeste brasileiro, pois promove uma mudança tanto no discurso como no contexto da economia: passa da condição de região com base natural para região de representação e fundamentação econômica, ou seja, passa da agropecuária para a indústria (SILVA, 2005).

Dessa forma, geram-se novas imagens do Nordeste brasileiro, promovendo mudanças significativas quanto à imagem e às representações, pois

Atualmente a região não dispõe de caráter hostil. Encoberta por novo imaginário socioeconômico, veicula-se, através da mídia, uma imagem positiva externadora das virtualidades do semiárido nordestino. Aproveitando-se deste novo cenário, vinculado às parcelas reduzidas do território nordestino, aponta-se para a constituição de políticas de desenvolvimento econômico associadas, principalmente, ao turismo litorâneo e à agricultura irrigada, complementadas pela aquicultura, produção de flores, produção de grãos (soja), artesanato, etc. Têm-se, assim, panoramas diferenciadores e complementadores do novo imaginário social nordestino. Nesse novo panorama, é notável uma fragmentação da Região, uma vez que o direcionamento econômico privilegia parcelas do espaço (DANTAS, et al., 2005, p. 23).

A região, vista como produtora de elementos agropecuários para exportação, transforma-se numa região com panoramas positivos, vinculados às várias atividades econômicas, como a modernização de técnicas agrícolas para a agropecuária, e uma atividade recente no Brasil, porém antiga e relevante na Europa: o turismo.

A atividade turística passa a ser um instrumento poderoso de poder argumentativo e econômico para solucionar as crises econômicas, e o Estado do Ceará apresentou-se como um paradigma, empregando políticas públicas inovadoras, como o PRODETURIS, e valorizando as zonas de praia como espaços turísticos (DANTAS, 2002a).

Segundo Benevides (1998), desde a década de 1980 havia uma articulação política dos estados nordestinos em prol de investimentos estaduais e principalmente federais para o turismo. Segundo o mesmo autor, O Ceará e o Rio Grande do Norte dão um passo à frente dos outros estados, especialmente por já terem projetos preliminares.

Governos Estaduais: o foco no turismo

No Ceará, os governos militares dominavam nos anos de 1960-80, conjuntamente com o intitulado modo político “clientelista e coronelista”, em que havia certas classes sociais movendo-se para mudanças na hierarquia política do Estado, nas quais se destacavam a Federação das Indústrias do Estado do Ceará e o Centro Industrial do Ceará.

É nesse contexto que no ano de 1987, com o slogan “Governo das Mudanças”, elege-se Tasso Jereissati, filho do Senador Carlos Jereissati, e ex-presidente do Centro Industrial do Ceará (CIC), cujas diretrizes de plano governamental sugerem mudanças político-administrativas profundas no governo cearense.

Esse governo propõe medidas radicais e intervenções diretas em vários órgãos estaduais, como redução de despesas e incentivos fiscais, redução da despesa de pessoal e reformulação de ações nas atividades econômicas, ampliando o incentivo para a agricultura irrigada, a indústria e para novos polos na RMF, além do turismo e serviços.

Diferentemente de outros governos, o turismo nesse governo representa um vetor de desenvolvimento econômico e uma matriz de articulação de outras atividades econômicas. Continuando a tendência de planos turísticos anteriores, coloca a cidade de Fortaleza como o “centro” emissor, receptor, distribuidor e administrativo das dinâmicas turísticas do Ceará.

Tal contexto reflete a continuidade do planejamento espacial metropolitano e a conjugação da atividade turística à integração econômica. Outro destaque é a prioridade dada pelo governo a recursos e ações direcionados aos espaços litorâneos, o qual, influenciado pelo modelo de Cancun, escolhia “áreas” a serem planejadas turisticamente.

O turismo era considerado uma atividade econômica capaz de estancar outros setores econômicos decadentes — como a agricultura e a indústria — e de promover desenvolvimento econômico, principalmente na Região Metropolitana de Fortaleza, capitaneada pela cidade de Fortaleza, considerada como o principal centro turístico cearense.

O discurso de turismo na condição de “salvação” da economia é tão veemente que um dos principais objetivos do Governo é o marketing turístico, para promover mudanças quanto à imagem e às representações do Ceará no contexto regional, nacional e internacional. Aragão (2005) destaca a mudança das figuras e até dos formatos de propaganda após o Governo das Mudanças.

Dessa forma, poder-se-ia depreender os três grandes objetivos do Governo das Mudanças em relação ao turismo:

- a) Consolidação do turismo com em uma teia de agentes sociais e espaciais;
- b) Planejamento espacial por meio de ações estruturais para o desenvolvimento turístico, e propostas para a aquisição de recursos financeiros;
- c) Ações de propaganda e marketing turístico para promover mudanças perante o discurso midiático e político do Ceará, buscando vincular o “sol e praia” a símbolos positivos;

Como o Governo Estadual não conseguia ter recursos suficientes para promover a implantação de infraestrutura em todo o litoral cearense, o marketing turístico aparecia como uma “arma” para a atração de investimentos privados para a construção de empreendimentos turísticos, além de investimentos vinculados à dinâmica imobiliária.

O turismo tornou-se a “vitrine” da imagem socioeconômica do Estado, relacionando-se com os contextos regionais e locais. Não se pretendia uma atividade para desenvolver e planejar e isolar a região Nordeste; buscavam-se articulações e teias de relações que conseguissem construir um cenário nacional e internacional.

Santos (2009) esclarece essas novas lógicas relacionadas a globalização, técnica e tecnologias, novos comportamentos globalizados, mas as relações sociais — apesar de modificadas — permanecem locais, pois nem todas as pessoas relacionam-se com a nova lógica intitulada globalizadora ou com a turística.

Ciro Gomes (1991–1994)

O governador **Ciro Gomes**, então do Partido Socialista Democrático Brasileiro (PSDB), ganha as eleições em 1991, reforça o governo anterior — Governo das Mudanças —, na visão de transformar o Ceará. Ainda com estigmas de diferenciação do governo dos militares, o governo **Ciro** continua o legado do governo **Tasso**, ligado ao enxugamento estatal e à modernização do Ceará.

No começo do governo **Ciro**, em 1991, verificaram-se vários problemas quanto aos investimentos turísticos, pois os já aprovados no PRODETUR-NE, assinados ainda em 1991, foram bloqueados e barrados pela crise econômica, e, em 1992, por causa do impeachment do então presidente **Collor**, continuavam bloqueados.

Apesar de o turismo ser um importante eixo econômico do desenvolvimento do governo, questões mais graves e emergentes no governo **Ciro** forçaram várias medidas e obras de infraestrutura em outros setores no Ceará, como o Canal do Trabalhador, pela falta de oferta de abastecimento de água na Região Metropolitana de Fortaleza (DIÁRIO DO NORDESTE, 2006).

As estratégias de tornar o Ceará um importante destino turístico foram barradas pela falta de recursos do governo federal, além dos problemas estruturais no próprio Estado. Mas, mesmo assim, o governo **Ciro Gomes**, por intermédio da Diretoria de Turismo (na pessoa de **Bismark Maia**, que também é o atual secretário de turismo) promovia várias ações de propaganda e marketing.

Dessa forma, as ações turísticas do governo **Ciro** acompanham a lógica do Governo das Mudanças, principalmente quanto à construção de uma nova imagem turística do Ceará. Mas como essas ações de propaganda e marketing poderiam modificar a imagem turística do Ceará? Que ação no Estado poderia se destacar de outras ações em outros destinos turísticos?

Várias ações foram planejadas para que o turismo cearense se consolidasse. O governo propôs várias estratégias de marketing de turismo no País e principalmente no exterior, literalmente vendendo a imagem do turismo cearense, com ênfase no período da alta estação, para assim concretizar a estabilidade de fluxos turísticos para o Ceará (GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ, 1990, p.175).

Em 1994, o governo **Ciro Gomes** dá um passo à frente para a construção da imagem turística do Ceará, quando consegue a articulação da gravação da novela *Tropicaliente*, da Rede Globo, em **Cumbuco** (Caucaia/CE), depois de um leilão de estados nordestinos dando propostas tentadoras, a exemplo de incentivos fiscais, privilégios (JORNAL O POVO, 1994, p. 44).

Desde esse evento, em que as atrizes e os atores globais ficaram em Fortaleza durante quase oito meses, a cidade de Fortaleza e o Estado do Ceará

ficam conhecidos em nível nacional e internacional. Segundo o Jornal O Povo (1995), os hotéis de Fortaleza tiveram níveis elevados em até 40%, devido a toda essa divulgação do Ceará.

Dessa forma, as praias do Ceará — principalmente as de Fortaleza — e seus espaços litorâneos metropolitanos são considerados como os “paraísos litorâneos”. Com temperaturas amenas, preços acessíveis e consideráveis hotéis e pousadas, o Ceará, por intermédio do olhar midiático da novela, tornava-se uma materialidade de um paraíso perfeito.

As praias metropolitanas ficaram conhecidas nacional e internacionalmente, sobretudo as representadas por Cumbuco (Caucaia) e Porto das Dunas (Aquiraz), como lugares turísticos de destaque, com infraestruturas turísticas, como o Beach Park (Porto das Dunas) — principal empreendimento turístico à época — e demais hotéis, pousadas e parques temáticos.

Apesar de o próprio plano citar o Saint Tropez, em Cumbuco/CE, com obras iniciadas em 1988, o empreendimento teve problemas financeiros que ocasionaram seu fechamento, ainda em 1991, frustrando o dipolo turístico: Cumbuco (Caucaia-CE, no litoral oeste da RMF) e Porto das Dunas (Aquiraz-CE) com o Beach Park.

Assim, o governo Ciro Gomes consolida a imagem positiva do Ceará em nível internacional, mas não consegue investimentos em infraestrutura, tampouco estruturar efeitos positivos para a população das localidades litorâneas, tendo também problemas com a falta de investimentos do PRODETUR/NE I, os quais, mesmo aprovados, foram efetivados somente no governo posterior.

Tasso Jereissati (1995–2002)

O governador Tasso Jereissati, que assumiu o governo nos anos entre 1986 e 1989, com o Governo das Mudanças, consegue ganhar novamente a eleição em 1995 e ser reeleito em 1999. Definitivamente é a continuidade do Governo das Mudanças, pois uma das primeiras ações dessa nova etapa foi a criação da Secretaria de Turismo do Ceará no ano de 1995.

O plano de governo Desenvolvimento Sustentável do Ceará (1995-1998) é enfático quando fala do turismo:

Turismo (...) uma atividade econômica estruturadora, situando-se, em termos de potencialidade, no mesmo nível de prioridade governamental conferida à indústria convencional; atividade de grande efeito multiplicador na economia estadual, justificando plenamente a alocação de recursos públicos para investimento, em uma postura de governo pioneira e indutora (GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ, 1995, p. 79).

Considerado em termo de igualdades com a indústria, o turismo é priorizado em todos os aspectos pelo governo Jereissati, reiterando todos os esforços feitos pelo Governo das Mudanças por meio do PRODETURIS. Com os recursos aprovados ainda no governo Cid Gomes, o PRODETUR I conseguiu deslanchar apenas no segundo governo de Tasso.

Com a criação de uma secretaria específica do turismo (SETUR/CE), a articulação dos investimentos do PRODETUR I foi mais rápida, pois enquanto a maioria das obras foram iniciadas em 1997, a do Ceará já implantava certas obras

em 1996, dada a contrarresposta do Estado, como a construção da CE-085, a intitulada Via Estruturante (ligando Fortaleza ao oeste da RMF).

Com recursos do Tesouro Estadual, efetiva-se a ampliação da Avenida Washington Soares e a CE-040 como a principal via do litoral oeste. Além da facilidade de acesso a vários municípios, as duas vias eram essenciais para a circulação das áreas recentemente valorizadas (Água Fria, Lagoa Redonda, Seis Bocas, entre outros bairros adjacentes).

Desse modo, o Governo Tasso Jereissati em seus dois mandatos consolida seus planos iniciais de promover várias obras de infraestrutura na Região Metropolitana de Fortaleza — destaque para os municípios litorâneos do oeste — e no litoral oeste cearense, nos municípios adjacentes: Trairi, Paraipaba, Itapipoca e Paracuru, com o PRODETUR I (conforme discutido no item 3.2)

Outra obra considerada importante para a expansão turística do Ceará foi a ampliação do Aeroporto Pinto Martins; as obras iniciaram-se em 1996, num montante de US\$ 73 milhões, para tornar o empreendimento digno de ser considerado internacional — oficialmente foi classificado como tal desde 1997, quase um ano antes de sua própria inauguração — , permitindo o atendimento a 2,5 milhões de passageiros/ano.

Dessa forma, o Aeroporto Internacional Pinto Martins consolida-se como o 12º maior aeroporto do Brasil, que, segundo a INFRAERO, consegue ter fluxos de quase 5,7 milhões de passageiros/ano, dos quais 2,6 milhões seriam turistas, de acordo com a SETUR. Ou seja, a cidade de Fortaleza ganha cada vez mais um papel de destaque no cenário nacional e internacional.

Concomitantemente a um discurso econômico positivo sobre o potencial turístico que o Ceará teria a possuir, a implantação de obras de infraestrutura em espaços — notadamente litorâneos — promove mudanças sobre essa imagem do Ceará, tanto para as pessoas que moram no Estado como para a mídia (impulsionada pelas redes de televisão);

A imagem do turismo no Ceará durante esse período vincula-se a um governador empresário, atuante e modernista. Segundo Gondim (2004), esse place marketing realizado pelo governo foi essencial para a consolidação do Tasso Jereissati como o principal político do Ceará, e o turismo apresentou-se como um dos fatores para essa mudança de imagem.

Assim, simultaneamente ao fortalecimento dos discursos idealistas e midiáticos do turismo, a produção material era produzida, tornando complexa a compreensão da relação discurso e realidade.

O período de governo de Tasso Jereissati é acompanhado de uma expansiva retórica, que atravessa os meios de comunicação, saindo do âmbito local para projetar-se de forma nacional. (...) A evidência de um imaginário político pontua, sobretudo, colocações que são feitas fora da região cearense. Entretanto, se considerarmos que a própria produção discursiva faz parte dessa nova forma de governar, saímos da concepção de que o discurso é mera aparência da prática. Além do mais, é importante considerar que todo imaginário político precisa de bases objetivas para subsidiar sua credibilidade (BARREIRA, 1995, p. 4).

Desse modo, o Governo Jereissati se torna dicotômico e/ou ambíguo, conforme Bonfim (2004) afirma sobre as imagens do Ceará: “um moderno e um atrasado”. Assim, o turismo se torna uma atividade econômica importante no contexto cearense, mas sem grandes benefícios às comunidades notadamente litorâneas.

É com essas discussões que o segundo governo Jereissati termina: um governo empresarial? Neoliberal? Ou um governo modernizador, que consegue trazer alternativas econômicas? De qualquer forma, o objetivo “central” do Governo das Mudanças foi alcançado: “O Ceará possuiu um papel turístico inovador no contexto regional e também nacional” (BONFIM, 2004)

Lúcio Alcântara (2003-2006)

O governo Lúcio Alcântara (2003-2006), também do PSDB, continua a série de governos desse partido, no poder desde 1986. Mas algumas metas são modificadas, pelo menos no discurso que se consolidava nesse governo. Teoricamente, o Plano Plurianual (PPA) de Lúcio Alcântara foi o primeiro a ser compartilhado entre as comunidades civis, ou seja, teria sido feito com base em reivindicações de discussões da sociedade civil.

Apesar de temática relevante e instigante, não é objetivo do trabalho discutir o processo da construção desse plano, mas analisar como o turismo é tratado no plano, que, apesar de incluir inovações, não traz mudanças significativas. Assim mesmo alguns conceitos são modificados: enquanto os governos anteriores citam desenvolvimento sustentável, o governo Lúcio cita a inclusão social.

São notórias algumas diferenças quanto ao discurso utilizado no governo Lúcio, ao se analisar os eixos de estratégias: Ceará Empreendedor; Ceará Vida Melhor; Ceará Integração, e Ceará a Serviço do Cidadão. Apesar do aspecto empresarial, o governo Lúcio instiga algumas outras questões: uma já citada, a inclusão social, e outra, embora utilizada em outros planos, de sentido diferente: a integração.

Como se podem relacionar os governos quanto ao turismo? Enquanto em planos anteriores a cidade de Fortaleza é vista como o portal de entrada do turismo e se consolida como o principal destino turístico, no governo Lúcio o discurso se estabelece como “(...) preparar o Ceará como destino preferencial do turismo” (GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ, 2004, p. 14).

O discurso de integração quanto ao turismo parte de que o Ceará possui uma imagem turística positiva, segue a produção de mais destinos turísticos, mas o litoral metropolitano de Fortaleza continua como uma das principais áreas preferenciais para as atividades turísticas, além de todo o litoral oeste — que recebeu recursos do PRODETUR — e do litoral leste.

Com essas novas metas, a interiorização do turismo é proposta, mas o turismo litorâneo é confirmado como a prática preferencial do Ceará. A imagem turística outrora cidadina passa agora a imagem metropolitana e/ ou regional. Não se procura apenas a imagem de Fortaleza, mas sim a imagem do Ceará, ou seja, o paraíso do Ceará.

Esse novo discurso ou discurso remodelado sobre a cidade de Fortaleza e o Estado do Ceará parte de mudanças também de âmbito federal (como discutido no PRODETUR II) de certa descentralização, buscando o turismo como novas alternativas aos demais municípios — litorâneos, em especial — e àqueles que receberam e recebem recursos do PRODETUR.

Apesar dessa descentralização institucional sobre o turismo, fortalece-se um discurso regionalista, tanto vinculado ao regional como ao metropolitano, ou seja, à metrópole. Nessa dialética, a imagem do Estado do Ceará e a da principal cidade, Fortaleza, são concomitantemente fortalecidas.

Cid Gomes (2007-2012)

O governo Cid Gomes, iniciado em 2007 e reeleito em 2010, é o atual governo do Ceará. O governador do Partido Socialista Brasileiro (PSB) e aliado a partidos intitulados de esquerda aparece como a ruptura de cinco governos seguidos do PSDB no Estado do Ceará desde 1986, com o Governo das Mudanças, por Tasso Jereissati.

O atual governo, por suas ações, não apresenta grandes mudanças em relação aos governos anteriores, pois mantém esforços em implantar infraestruturas em quase todo o litoral do Ceará. Talvez as principais diferenças sejam o aporte de parcelas relevantes do Tesouro Estadual nas atividades turísticas e o contexto “propício ao turismo”, por sediar a Copa do Mundo de 2014.

“Copa do Mundo 2014” é um dos principais “slogans” do Governo Cid Gomes, pois foi criada até uma secretaria especial da Copa, atualmente regida por Ferrúcio Feitosa, que se apresenta como um dos embaixadores da Copa do Mundo de 2014 na cidade de Fortaleza e mantém discursos positivos sobre infraestrutura e benefícios desse evento:

Afinal, a Copa do Mundo é uma oportunidade de se fazer um grande investimento. É antecipar em cinco anos o que estaria, talvez, previsto em 30 anos (...). A estimativa é que a Capital receba de R\$ 3,5 a 4 bilhões em investimentos para a realização da Copa (SECRETARIA DO ESPORTE, 2009).

A citação do secretário, “30 anos em 5 anos”, lembra muito a citação do presidente Juscelino Kubitschek 1955, quando propôs o desenvolvimento do Brasil e seu célebre slogan: 50 anos em 5. O que se percebe é que o discurso turístico alia-se à velha caracterização do Ceará atrasado ou subdesenvolvido, ou seja, a modernidade deve ser o principal objetivo.

Segundo Steinberger (2004), esse discurso e a política de “modernidade” são legitimados não somente pelo Estado, mas pelos meios midiáticos, por empresários de todas as esferas, e pelo próprio povo, que, convencido pelos discursos positivos e vinculados a transformações socioespaciais significativas — principalmente com relação à renda —, apoiam discursos “modernistas”.

Dessa forma, o discurso e a política turística passam por uma nova fase. Enquanto no Governo das Mudanças vê-se a “construção” de uma imagem do Ceará/Fortaleza com base no desgaste da imagem de um “Ceará pobre, semiárido”, notam-se, atualmente, tentativas de consolidar definitivamente o Ceará como um “grande destino turístico internacional”, tal como cidades do Rio de Janeiro, Nova York, Paris, para citar algumas.

A proposta do primeiro plano do governo Cid Gomes (2008-2011), promulgado na Lei 14.053/08, volta ao velho slogan dos governos anteriores: “Desenvolvimento Justo e Solidário: novo jeito de fazer”, propondo várias medidas sobre o turismo no Estado do Ceará. Assim como no principal slogan do plano, outras medidas são repetidas, principalmente baseadas no Governo das Mudanças.

O turismo é tratado como uma atividade “sustentável” que precisa consolidar-se como um destino turístico internacional, visto a concorrência dos Estados e municípios brasileiros. Por outro lado, reforça medidas também do Governo das Mudanças, que não foram realçadas devido à falta de consolidação de infraestrutura e de atração internacional: os “eventos turísticos”.

O Governo Cid Gomes prioriza os eventos relacionados a esportes náuticos (surf, kitsurf, entre outros) e os considerados tradicionais (vôlei, futsal, atletismo, jogos esportivos de colégios, agremiações, por exemplo), e negócios turísticos, principalmente baseados nas empresas instaladas em Fortaleza. Dessa forma, são escolhidas várias praias para esses eventos, destacando-se a Praia de Iracema, o Porto das Dunas e Cumbuco (Ibidem, p. 102).

Na atual gestão (2011-2014), o governo Cid Gomes propõe o Planejamento Participativo e Regionalizado (Oficinas Regionais 2012–2015), em que o Ceará é dividido em oito regiões: RMF, Baturité, Cariri, Ibiapaba, Inhamuns, Jaguaribe, Litoral Oeste e Sertão Central. Interessante perceber que a discussão regionalista é enfocada, sem deixar de lado os enfoques metropolitanos.

Assim, apenas analisa-se o contexto de ações a serem “preparadas” para os próximos 4 anos na Região Metropolitana de Fortaleza. O plano plurianual 2012–2015 segue uma sequência de diretrizes — ou objetivos — principais a serem alcançados nessa gestão das quais algumas se destacam, quanto ao turismo.

Inicialmente, põe-se em destaque as principais temáticas: a) ações de infraestrutura para fortalecer os eventos de esporte náutico; b) instalação de médios e pequenos empreendimentos turísticos; c) estímulo às pousadas de “charme” ; d) “sensibilização da população” perante a importância do turismo; e) capacitação de profissionais “turísticos”; f) combate ao turismo sexual (GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ, 2012).

Com a apresentação dessas temáticas, salienta-se uma, “exclusiva” desse governo: a instalação de médios e pequenos empreendimentos turísticos, pois nos outros governos anteriores as principais medidas propostas eram para atrair empreendimentos de grande porte, como resorts, grandes hotéis. Desse modo, observa-se que o turismo do Ceará esteja se abrindo para novos fluxos.

Tal diretriz é assim complementada (Ibidem p. 43): “Planejar meios que incentivem a instalação de equipamentos que estimulem a atração de turistas de médio e baixo poderes aquisitivos, como forma de fortalecer a cadeia produtiva do turismo”. Seriam, de fato, medidas para inserir a população mais carente na cadeia turística?

Esses objetivos são ambíguos quanto aos pequenos e médios empreendimentos. Por exemplo, segundo diretrizes da FIFA (2012), os hotéis que podem receber seleções de futebol da Copa do Mundo precisam ter uma relevante infraestrutura: salão de jogos, campo de futebol com medidas oficiais, salão de eventos e mídia, além de 55 leitos e restaurante incluso, entre outras exigências, o que exclui grande parte dos empreendimentos turísticos.

Como podem ser inseridos os pequenos empreendimentos? Fortaleza, com expectativas de quase 800 mil turistas a mais no ano de 2014, anima os agentes turísticos, principalmente os grandes empreendimentos, com número significativo de leitos, que, articulados com o Estado, além da Fifa — entidade que organiza o evento — devem ser os grandes beneficiários dessa atração de fluxos e pessoas.

Considerações Finais

Longe de fechar o assunto, ao se propor uma breve síntese com as principais ações das políticas públicas (em todas as escalas) enfatizam-se as configurações espaciais consideradas como prioritárias nesta análise; posto que o turismo é um produtor e consumidor de espaços, os estudos espaciais (geográficos) são relevantes.

Considera-se espaço um construto abstrato-material, político, econômico e social, que tem suas configurações modificadas ao longo do tempo (Massey, 2009). O turismo é um exemplo direto das modificações socioespaciais na sociedade, razão por que ele e suas articulações são relevantes na produção espacial.

Destarte, as práticas do turismo são modificadas ao longo do tempo, sendo o espaço produzido perante as configurações e articulações múltiplas. Por ter essa relação intrínseca, ou seja, fazer turismo é produzir/construir espaços, o Estado (por meio das políticas públicas) torna-se um relevante agente ativo e direto na produção espacial.

No caso cearense, as políticas públicas promulgadas pelo Governo Estadual do Ceará são ações ativas na construção da imagem turística do Ceará, além da consolidação de infraestruturas para atrair fluxos e fixos turísticos. Mas o turismo e os espaços produzidos passam por modificações, ou seja, é resultante de toda uma teia de relações político-econômicas e de negociações socioespaciais.

Com a mudança de metas e a nova imagem do Nordeste Brasileiro e no Ceará nos anos de 1980, vemos um Ceará mais articulado com o governo federal (com investimentos do PRODETUR/NE) e com ações prioritárias nos espaços litorâneos e metropolitanos, de forma que o turismo torna-se um elemento quase que natural no cotidiano e na produção espacial.

Com a consolidação de recursos financeiros (estaduais e federais) nos anos de 1990, o turismo recebe vários investimentos, produzindo novos espaços vinculados à sua lógica, principalmente em áreas litorâneas metropolitanas, destacando-se a cidade de Fortaleza e os espaços adjacentes, e promovendo uma consolidação da prática turística.

Com um discurso mais regionalista e agregador nos anos 2000 e 2010, as políticas públicas promovem investimentos não somente nos espaços litorâneos, mas os considera como espaços prioritários de investimentos e centro dos fluxos turísticos, e novamente a cidade de Fortaleza apresenta-se como um elemento espacial importante dessas lógicas turísticas.

Por fim, os discursos regionalistas e agregadores aliam-se a um discurso metropolitano vinculado à consolidação de investimentos por causa da Copa do Mundo, que tem como 12 subsedes as principais cidades nordestinas — todas capitais estaduais — destacando-se como prioritárias de investimentos relacionados à lógica metropolitana e ao turismo.

Assim, as políticas públicas turísticas — em todas as suas escalas e periodicidades — são importantes para a compreensão da produção espacial turística do Ceará, pois, apesar de suas diferenciações em metas e objetivos, o conjunto de negociações e especificidades acumula e forma um espaço híbrido, constituído de desigualdades e continuidades.

Consideram-se, portanto, as políticas públicas como os pilares da constituição dos fluxos turísticos, pois configuram as principais metas e os objetivos, buscam novos parceiros e agentes turísticos para a consolidação do planejamento

turístico, e, obviamente, implantam materialidades (infraestrutura) para a consolidação dos fluxos turísticos.

Referencias bibliográficas

ANDRADE, M.C. **Processo de ocupação do espaço regional do Nordeste**. Recife: SUDENE, 1979.

ANDRADE, M.C. **Terra e o homem no Nordeste**: contribuição ao estudo da questão agrária no Nordeste. São Paulo: Cortez, 2005.

ARAGÃO, R.F. **Das práticas marítimas modernas à elaboração da imagem turística de Fortaleza/Ceará**. Dissertação de Mestrado – Prodem, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2005.

BARREIRA, C. **Em nome da lei e da ordem**: a propósito da política de segurança pública. São Paulo em perspectiva: vol 18 n 1, São Paulo, 1995.

BENEVIDES, I.P. **Turismo e Prodetur**: dimensões e olhares em parceria. Fortaleza: EUFC, 1998.

BONFIM, W.L.S. Reforma do Estado e Desenvolvimento Econômico e social no Ceará: singularidade e contexto histórico. In: **Reforma do Estado e outros estudos** – Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2004.

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

DANTAS, E.W.C; SILVA, J.B da; DANTAS; ZANELLA, M.E; MEIRELES, A.J.A (org) **Litoral e Sertão**: natureza e sociedade no nordeste brasileiro – Fortaleza: Expressão Gráfica, 2005.

FORTALEZA sofre com o racionamento d'água. **Diário do Nordeste**. Disponível em: <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393141>, 2006. Acessado em 08 de março de 2012.

GONDIM, L.M.P. Imagens da cidade, políticas culturais e desenvolvimento urbano: a produção imaginária de Fortaleza como “cidade global”. . In: **Reforma do Estado e outros estudos** – Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2004.

GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ. Plano Plurianual – 1991 – 1994, Fortaleza, 1990.

GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ. Plano de Desenvolvimento Sustentavel do Ceará – 1995 -1998, Fortaleza, 1995.

GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ. Plano Plurianual 2004-2007. Fortaleza,2004.

GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ. Plano Plurianual 2007-2010. Fortaleza,2007

GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ. Plano Plurianual 2011-2014. Fortaleza,2011.

HAESBAERT, R. **Regional-global:** dilemas da Região e da Regionalização na Geografia Contemporânea. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

JORNAL O POVO. Tropicaliente (?). 6 março de 1994, p.44-45. Versão impressa.

_____. Fortaleza e o turismo. 4 de abril de 1995, p.145. Versão impressa.

MINISTERIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL. Sudene: uma alternativa para o Nordeste,2005.

OLIVEIRA, F. **Elegia para re(li)gião.** Sudene, 1993.

SANTOS, M. **A natureza do espaço.** São Paulo: Edusp, 2009, 9.ed.

SECRETARIA DE ESPORTE DO CEARÁ. Copa do Mundo em Fortaleza, disponível em: www.esporte.ce.gov.br, 2009. Acessado em 08 de abril de 2012

SILVA, J.B.da. Fortaleza, a metrópole sertaneja do litoral. In: SILVA,J.da [et al] (Orgs.) **Litoral e sertão:** natureza e sociedade no Nordeste brasileiro. Fortaleza: Expressão Gráfica,2005.

STEINBERGER, M.B. **Discursos geopolíticos da mídia:** jornalismo e imaginário internacional na América Latina, São Paulo: Fapesp [et al], 310p,2004.