

TURISMO, MEIO AMBIENTE E URBANIZAÇÃO TURÍSTICA: UMA ANÁLISE DO DISCURSO AMBIENTAL NA CIDADE DE SALINÓPOLIS/PA

Deiliany Lima de Souza¹

Introdução

A atividade turística é na atualidade um fenômeno de extrema importância na produção e consumo do espaço, este processo é evidenciado através da intensificação das intervenções urbanas como forma de comercialização da cidade. Desse modo, os investimentos públicos são direcionados para a construção de projetos de embelezamento que possibilitem a formação de uma imagem atraente para o capital e para os visitantes.

Todavia, com objetivo de tornar a cidade competitiva e construir uma imagem esteticamente favorável ao turismo, as políticas públicas são estabelecidas sem preocupação com os possíveis impactos socioambientais que podem causar à cidade.

O turismo é utilizado nas propagandas como verdadeiro “salvador” dos problemas econômicos e sociais (Harvey, 1996), e assim a população convence-se de que o modelo de planejamento urbano que valoriza a imagem da cidade é o melhor. Entretanto, os anseios da população são saciados apenas na contemplação em vislumbrar os grandes projetos urbanos sem muitas vezes poder usufruir, de fato, dos mesmos.

No estado do Pará, em particular nas cidades litorâneas, a valorização das cidades vem sendo associada ao acelerado processo de urbanização, voltado para o incentivo da atividade turística e construção da imagem. As políticas públicas direcionadas para o turismo vêm sendo realizadas através de projetos urbanos voltados para o embelezamento das cidades no intuito de inserir o Pará nas principais rotas do turismo brasileiro. E desse modo, esta atividade vem se tornando protagonista na configuração espacial dos lugares, sendo responsável pela implantação dos principais equipamentos urbanos.

Compreender as consequências desse processo para a cidade e para seus habitantes é de suma importância para o avanço dos estudos da relação entre turismo e meio ambiente, tendo como objetivo a construção de uma cidade sustentável do ponto de vista socioambiental. Desse modo, o entendimento deste processo no município de Salinópolis faz-se importante para compreensão dos efeitos do turismo no espaço vivido, com intuito de compreender a passagem do plano discursivo ao plenamente vivido.

A partir da discussão teórica da produção do espaço urbano litorâneo paraense, este trabalho irá focalizar a participação da urbanização turística na produção e configuração do espaço e formação da imagem da cidade de Salinópolis, destacando a atuação do poder público através das políticas voltadas para o turismo e analisar o discurso ambiental utilizado para a implantação e aceitação popular dessas políticas.

Pretende-se com o trabalho contribuir para o avanço dos estudos dedicados ao processo de transformação urbana que hoje vem passando o município de Salinópolis, avançar nas questões que relacionam turismo e meio ambiente e suscitar a problemática que ilustra esta atividade como potencialmente degradadora do meio ambiente.

¹ Universidade Federal do Pará/Programa de Pós Graduação em Geografia Belém/PA. deiliany@live.com

Material e Método

Para conseguir os objetivos apresentados foi realizado um estudo descritivo de caráter exploratório, no intuito de investigar a atual dinâmica do turismo na cidade. A fim de analisar a relação turismo e meio ambiente foram realizadas pesquisas em diversas fontes (jornais, revistas, folders, sites de turismo), além da observação empírica através da análise de fotografias que refletem a importância do meio ambiente para a promoção da atividade turística na cidade.

As fontes de pesquisa foram baseadas em: planos, programas e projetos de desenvolvimento turístico que interferem no cotidiano urbano e imagem da cidade em foco, bem como foram coletados dados estatísticos para a compreensão do processo de desenvolvimento do turismo. Além disso, foram coletados dados de pesquisas que ilustram os principais impactos ambientais da urbanização turística.

Para analisar a relação da urbanização turística e meio ambiente enfatizamos uma intervenção urbana que é alvo das constantes atuações do Estado e da Prefeitura Municipal com o intuito de manter a imagem de cidade praiana urbanizada e com qualidade de vida ecologicamente correta: O Complexo Turístico Orla do Maçarico. Esta análise foi realizada através de um estudo descritivo de caráter exploratório. Além disso, foi realizada coleta de dados em órgãos públicos relacionados ao turismo em Salinópolis, exame dos planos, programas e projetos de desenvolvimento turístico e pesquisa dos estudos de impactos ambientais no município através de pesquisadores do Museu Paraense Emílio Goeldi e Universidade Federal do Pará.

Através de uma análise dialética do processo de consolidação do turismo na cidade de Salinópolis, este trabalho propõe indicar as contradições e problemáticas desse processo, sobretudo do ponto de vista ambiental.

Resultados e Discussão

A expansão do turismo urbano Salinópolis tem provocado impactos ambientais causados pelo desmatamento de áreas de manguezal, ocupação da linha da praia e do grande acúmulo de resíduos sólidos gerado durante os períodos de intenso turismo na cidade.

A urbanização turística desordenada tem trazido muitos problemas a comunidade local, como conflitos sociais e mudanças no padrão de comportamento, causando danos ao espaço urbano e à qualidade de vida da população. A Educação Ambiental fica condicionada ao plano ideológico, pois as intervenções urbanas além de causarem problemas ambientais agravam os impactos negativos causados pelo turismo, uma vez que a Educação Ambiental não é utilizada como instrumento para a qualidade de vida e bem-estar do cidadão, onde todos tenham oportunidade de participar na luta por um ambiente melhor (CARVALHO, 2008).

A ênfase da atuação do poder público, destinando a maior parte dos investimentos em determinadas áreas da cidade, evidencia o city marketing através da propagação da imagem que valoriza parcelas específicas do espaço local em detrimento do conjunto da cidade.

Desse modo, assim como ocorre em outras cidades do litoral brasileiro, a paisagem urbana em Salinópolis é utilizada para o consumo, onde o cenário tem sido modificado para

ISSN 2236-0476

atender a demanda turística, considerando a imagem de determinados locais da cidade uma “verdadeira síntese do todo”.

A valorização do litoral é utilizada no discurso político para a implantação de projetos de embelezamento, entretanto os impactos ambientais causados por esses projetos são camuflados com o intuito de estimular o turismo ecológico.

O Complexo Turístico Orla do Maçarico é exemplo de um espaço produzido artificialmente para atender as necessidades do mercado turístico, todavia, obras desse porte revelam aspectos e elementos que em vezes destoam da realidade sociocultural e ambiental da cidade, tendo como consequência a descaracterização cultural.

O projeto teve preocupação com a transmissão da imagem de uma cidade organizada, higiênica, saudável e ambientalmente correta. As placas dispostas ao longo da Orla evidenciam esta preocupação.

O discurso do Estado para implantação e apoio da comunidade local a esses projetos baseia-se no conceito de sustentabilidade, onde é repassada a ideia de harmonia com o meio ambiente e de minimização dos impactos à natureza. Assim, a Educação Ambiental é utilizada como discurso ideológico com o intuito de repassar uma imagem de equilíbrio entre a urbanização turística e os ambientes costeiros de mangues praias e dunas que lhes servem de suporte; omitindo, como fica evidente, os impactos ambientais inerentes a essa forma de intervenção na natureza³.

A contradição da noção de sustentabilidade fica evidente quando analisamos as fotos 1 e 2. Na primeira foto há uma preocupação em preservação do mangue, indicando ao frequentador a importância de conservação ambiental. Na segunda, porém, há a construção de uma ponte sobre o mangue que é utilizada para facilitar o acesso dos turistas à praia da Curvina.



Foto 1. Marketing Ambiental.

Fonte: SOUZA, Deiliany. Maio 2010



Foto 2. Ponte sobre o mangue – Praia da Corvina

Fonte: SOUZA, Deiliany. Maio, 2010

Diante dessa contradição, adequadamente nos vem a questão: o Projeto foi pensado realmente com sustentabilidade? Qual a real necessidade de uma ponte sobre o mangue, apenas para fins turísticos? O conforto e a comodidade que a orla proporciona ao visitante traduzem o modelo de turismo realizado na cidade, com fins mercadológicos voltados para o consumo daqueles que podem pagar. As criações de equipamentos urbanos do porte do Complexo Orla do Maçarico devem ser analisados no intuito de averiguar se a atividade turística realizada em Salinópolis possui, de fato, noções de sustentabilidade.

Conclusões

A urbanização turística em Salinópolis realizada na Orla da Praia do Maçarico da revela a preocupação do poder público em melhorar esteticamente a imagem da cidade. Mas até que ponto essas “melhorias” são importante à cidade? E quais as reais consequências ao meio ambiente? Todas essas transformações causadas pelo turismo têm como objetivo inserir a cidade no mercado e, desse modo, acaba produzindo uma nova cidadania, um novo modo de ser e viver na cidade, a chamada “cidade-espetáculo”. (SÁNCHEZ, 1999).

Neste sentido, a urbanização turística do litoral de Salinópolis evidencia a comercialização do lazer através dos recursos naturais, mas comprometendo a preservação desses recursos. Demonstrando um modelo de turismo comprometido com a quantidade em detrimento da qualidade, ou seja, exclusivamente mercadológico. Intervenções como esta revelam a praia como local exclusivo de lazer e consumo. Evidencia o modelo adotado para o desenvolvimento do turismo nas regiões litorâneas do Brasil, no qual segundo Coriolano (1996) raramente são acompanhados de um planejamento que vise a gestão território-ambiental dos espaços;

Com o intuito de obter a adesão da sociedade aos projetos realizados para o turismo na cidade o Estado elabora discursos com o objetivo de justificar a importância desta atividade para o desenvolvimento local. Entretanto, obras como o Complexo Orla do Maçarico evidenciam também o descaso com a cultura e com o meio ambiente. Pois esta

ISSN 2236-0476

invenção acelerou o processo especulação imobiliária na cidade, aumentou à quantidade carros nos meses de julho, além do impacto ambiental causado a área de mangue.

A urbanização turística em Salinópolis é realizada para o consumo do turista, assim só este tem verdadeiro acesso aos equipamentos turísticos, o que ratifica o turismo da cidade como uma atividade excludente voltada para aqueles com elevado poder aquisitivo em detrimento da população local, que deveriam se beneficiar diretamente dos recursos e melhorias que o turismo proporciona. Além disso, a Educação Ambiental que deveria ser utilizada como mecanismo para construção de uma cidade sustentável é utilizada apenas como discurso ideológico na tentativa de vender a ideia de cidade ambientalmente correta.

Agradecimentos

Agradeço a Universidade Federal do Pará, Secretaria de Estado de Meio Ambiente do Pará e a minha orientadora do Curso de Mestrado em Geografia da UFPA, Professora Dra Maria Goretti da Costa Tavares.

Referencias Bibliográficas

ADRIÃO, D. G. da S. **Pescadores de Sonhos: Um olhar acerca da Mudança nas relações de Trabalho e na Organização Social entre as Famílias de Pescadores Diante do Turismo Balnear em Salinópolis – Pará** São Paulo: s.n., 2003 – 254p

CARVALHO, V. S. **Educação Ambiental Urbana**. Rio de Janeiro: Wak Ed., 2008.

CORIOLOANO, L. N. M. T. Turismo e Degradação Ambiental no Litoral do Ceará. In: **Turismo: Impactos Sócioambientais**. São Paulo: Hucitec, 1996.

CRUZ, R. de C. As paisagens artificiais criadas pelo turismo. In: YÁSIGI, Eduardo (org.). **Turismo e Paisagem**. 2º ed. São Paulo: Roca, 2003.

HARVEY, David. **A justiça social e a cidade**. São Paulo: Husitec, 1980.

MENDES, A. C.; SILVA, M.S; FARIA JR. A expansão urbana e seus efeitos danosos ao meio ambiente da Ilha do Atalaia - /Salinópolis/PA. In: COSTA, M.L.; ANGÉLICA, R.S. **Contribuições a Geografia da Amazônia**., P. 359 – 396. Belém: FINEP/SBG – NO: 1997

SANCHES, F. **Cidade Espetáculo: política planejamento e city marketing**. Curitiba: Palavra, 1999.