



A PRODUÇÃO E CONSUMO DO ESPAÇO TURÍSTICO NO MUNICÍPIO DE TUTÓIA (MARANHÃO)

■ KARLLA FABIANNA LIMA SANTOS*

■ ANTONIO JOSÉ DE ARAÚJO FERREIRA**

Resumo: A produção e consumo do espaço a partir de uma lógica de acumulação capitalista é uma das principais vertentes que faz engendrar o turismo. De forma que Tutóia, localizada no litoral Oriental do Maranhão passa a ser inserida nesse contexto a contar do Plano Maior de 2000. O objetivo desse artigo é analisar a produção e reprodução do turismo em Tutóia, a partir de uma visão socioespacial centrada na relação dialética entre trabalho e espaço. O caminho metodológico percorrido envolveu: 1) levantamento bibliográfico, documental e cartográfico; 2) revisão bibliográfica de autores que abordam a relação dialética da produção do espaço e turismo; 3) realização de trabalho de campo almejando à apreensão da realidade empírica do turismo em Tutóia e o registro fotográfico; 4) aplicação de 20 questionários com os turistas e entrevistas com proprietários de equipamentos turísticos; 5) análise, seleção, tabulação e interpretação dos dados e informações obtidas. A imagem turística do município de Tutóia é a de áreas protegidas, cujas referências são os mangues do Delta das Américas, as praias ainda pouco adensadas (do Amor) e as águas dos rios Barro Duro, Bom Gosto e Cristalina. Conclui-se que, em Tutóia o turismo é ofertado para uma população que é predominante de fora dessa municipalidade porque o acesso a tais imagens e potenciais não é fácil, assim como o preço da hospedagem e alimentação dificultam que a população local e da região possa usufruir dessa prática social, que é um mosaico do Brasil.

Palavras-chave: Turismo; Tutóia; Produção do Espaço.

Introdução_____

O período pós-industrial trouxe mudanças no entendimento da relação dialética entre tempo e espaço, que se

repercutiram no reordenamento da ocupação e produção dos lugares. Desde então, as cidades ganharam relevância em termos de serem polos receptores e dissipadores de fluxos, de forma que para

elas há convergência de ideias, produtos e prestação de serviços, gerando, refletindo e reforçando transformações no espaço a partir da lógica de produção e reprodução do capital.

Inserido nessa lógica, o turismo emerge como uma atividade econômica que produz e consome elementarmente os espaços que possuem “vocação”. Por isso, a produção do espaço turístico não acontece de forma aleatória haja vista que é uma faceta da materialização da lógica de acumulação capitalista (lucro), que se estabelece em cima de uma base social e material (o lugar turístico), no qual sua ocupação e/ ou uso é determinado por agentes e camadas sociais privilegiadas.

Isto implica que a organização do espaço no modo de produção capitalista resulta de uma dialética que tem raízes nos processos históricos. Nesse caso, o turismo é entendido como um dos elementos do processo de produção, reprodução e transformação do espaço que possui finalidade, isto é, reprodução de capital que é gerado pelo dinamismo econ  mico da atividade e que, por consequência, revela um desenvolvimento espacial contraditório; neste ficam implícitos os processos de valorização do espaço (MORAES, 1999), produção e reprodução do espaço (CARLOS, 2011), valor de uso e valor de troca (LEFEBVRE, 1995), os elementos do espaço (SANTOS, 1996),

além da produção do espaço turístico (RODRIGUES, 1999).

Com o propósito de analisar o uso, apropriação e produção dos espaços turístico no município de Tutóia (Maranhão) elaborou-se esse artigo visando responder as seguintes perguntas: Qual a imagem turística do município? Para quem, de fato, o turismo está sendo produzido? Quais foram os fatores que nortearam o desenvolvimento da atividade turística?

Para tanto, o caminho metodológico percorrido envolveu: 1) levantamento bibliográfico, documental e cartográfico; 2) revisão bibliográfica de autores que abordam a relação dialética da produção do espaço; 3) realização de um trabalho de campo em outubro de 2016 objetivando à realidade empírica do turístico no município de Tutóia, além de proceder à observação direta intensiva e o registro fotográfico; 4) aplicação de 20 questionários com os turistas, bem como com proprietários de empreendimentos turísticos e/ ou pessoas que trabalham diretamente com a atividade; 5) análise, seleção, tabulação e interpretação dos dados e informações obtidas.

Uma abordagem do materialismo dialético: as contradições do desenvolvimento desigual do capitalismo e a des(ordem) do espaço turístico_____

O tempo e o espaço são duas categorias que contribuem para a apreensão do capitalismo, pois esta requer um esforço permanente da superação de todas as barreiras espaciais e da “anulação do espaço e do tempo”. (MARX 1973 apud HARVEY, 2005. p. 143).

Tal busca pela acumulação é derivada da relação dialética entre capital-trabalho, onde a Divisão Internacional do Trabalho comanda e articula as atividades produtivas, assim como organiza a sociedade e suas relações sociais. De forma que, “quanto mais avançado o desenvolvimento material de uma sociedade, mais complexas serão essas relações” (MORAES, 1999: 62). Dessa maneira as interações das relações sociais irá produzir um valor espacial dado pelo modo de produção como determinada sociedade. Milton Santos (2014) reconhece que não é possível conceber uma determinada formação socioeconômica sem recorrer ao espaço. É no espaço que o homem imprime a sua força de trabalho (bruta ou resultante do intelecto das relações sociais), onde “apropriação, transformação e submissão são, portanto, a

essência desse processo”. (MORAES, 1999, p. 74). Essa apropriação da natureza como forma de se efetivar um sistema ou cadeia produtiva é carregada pelo movimento de valorização do espaço, que possui bases históricas na constituição da propriedade privada.

O espaço socialmente produzido é fruto de relações dialéticas e históricas que são resultantes da interação entre os elementos do espaço (SANTOS, 2014). Em seu livro “Espaço e Método”, Milton Santos conceitua e classifica os elementos do espaço como: os homens; as firmas; as instituições; o meio ecológico; e as infraestruturas. Tais elementos são dinâmicos e variam de acordo com o contexto histórico e a especificidade do lugar em que estão inseridos.

Os fluxos de capitais (não apenas dinheiro e mercadoria, mas também tecnologia, comunicação, transportes) se apoiam e apropriam uma base material juntamente com a produção das relações sociais existentes em um determinado espaço para que possa estruturar geograficamente uma maior produção e reprodução do capital. Tal movimento acontece, segundo Moraes (1999), por concentração dos meios de produção e uma centralização do capital, onde o combustível para essa reprodução ampliada do capital é o processo do lucro enfatizado pela mais-valia, assim como a livre

concorrência dos mercados que dá dinamismo à manutenção desse sistema de produção de forma que “[...] às suas práticas de apropriação e ao seu reproduzir-se na desigualdade social, o capitalismo moderno alia o controle da revolução técnica e, com isto, exponencializa a mais valia relativa”. (MORAES, 1999: 154).

O turismo é um fenômeno social recente, todavia em constante projeção de avanço sobre as configurações espaciais. Um fenômeno gerado a partir de um sistema inter-relacional das esferas econômicas, sociais, ambientais e culturais as quais através da práxis humana consome e produz diferentes espaços.

Convém ressaltar, que junto com as transformações advindas com a sociedade pós-industrial, os movimentos dos proletariados também geraram mudanças com a conquista de alguns direitos civis, dentre eles as férias remuneradas e redução da jornada de trabalho, fatores que desencadearam a produção e consumo de uma prática social, a partir do tempo livre do trabalhador, direito ao ócio e lazer, convém ressaltar que “enquanto o ócio significa não fazer nada, o lazer supõe o consumo do tempo com alguma atividade”. (RODRIGUES, 1991: 110). É importante frisar esse aspecto, pois o trabalhador mais uma vez foi manipulado e o turismo surgiu como uma possibilidade de “movimentar” o

capital a partir do período de férias do proletariado.

O fenômeno turístico é caracterizado por ser uma indústria que abrange outros setores de serviços os quais formam um complexo conjunto de infraestrutura. Assim sendo, “a característica essencial dos serviços é não poderem ser produzidos sem que haja concordância e cooperação do consumidor e o fato de que é efetivamente produzido apenas existe no momento mesmo da produção e do consumo” (COOPER, 2011: 4), ou seja, o consumo (turista) e a produção (bens e serviços) devem estar em constante sinergia.

O fato de o turismo ser uma atividade econômica que possui certa dependência dos equipamentos urbanos concorre para que a cidade seja entendida como mercadoria, que leva à reprodução ampliada do capital, de forma que toda ela passa a ser moldada de acordo com determinado interesse estabelecido a partir do valor de uso e valor de troca (LEFEBVRE, 1995). A reprodução do capital impõe espaços turísticos, que possuem um valor de troca e os mercados são adaptados para satisfazer as necessidades dos visitantes. Assim, de acordo com o perfil do público “cada vez mais os produtos turísticos são formulados para atender a essa demanda, construindo experiências que atendam as expectativas

do mercado, não apenas no turismo, também em todos os setores de serviço". (COOPER, 2011: 22).

A valorização do espaço, como explica Moraes (1999), é intencionalmente induzida pela apropriação dos meios naturais em determinada porção da Terra e transformada de acordo com as interações de relações sociais que ali se desenvolverão por meio do trabalho. Desde o processo de colonização, explica Porto-Gonçalves (2004), que as técnicas jurídicas, pedagógicas e políticas têm por objetivo manipular os homens para que estes submetam a natureza como fonte de exploração e produção de riquezas.

A dialética sociedade-espaço está inteiramente ligada à relação valor-espaço, como argumenta Moraes (1999), partindo do pressuposto que o trabalho humano no espaço condiciona a criação de valor que no turismo pode ser pensado pela vertente sobre a apropriação de recursos materiais ou imateriais para a mercantilização como atrativo turístico.

O autor supracitado, em sua obra "Geografia crítica: a valorização do espaço", distingue duas categorias de análise, isto é, o valor do espaço e o valor no espaço, que interagem e produzem o processo de valorização. Desse modo, tem-se que o valor do espaço está relacionado à "singularidade natural dos lugares" que através das interações das relações sociais

constroem um espaço. Corrêa (1997) faz referência que a partir das práticas sociais os espaços vão se diferenciando e gerando espaços mais (ou em detrimento) valorizados que outros. Importante ressaltar que são consideradas práticas sociais, segundo Corrêa (1997): seletividade espacial, que são os atributos naturais de um determinando espaço que levam as localizações seletivas; fragmentação, regiões de interesse ou poder são fragmentadas; antecipação social, definição de localização para um determinada atividade antes mesmo dela iniciar; marginalização espacial, valor de cada localização pode contribuir para uma segregação. Tal fenômeno está diretamente vinculado aos recursos naturais que estão disponíveis em determinado espaço, o que Milton Santos (1996) explica por um processo de virtualidade de cada localização. Já o valor no espaço deriva do modo de produção capitalista que se acentua no espaço, expressando pelo seu fluxo e por sua dinâmica no processo de produção do espaço.

Ao correlacionar as reflexões desses autores com a atividade turística, percebe-se que as áreas naturais, principalmente as de ambientes litorâneos e de "áreas protegidas" são frequentemente comercializadas e materializadas no território onde seu nível é determinado

pelo valor do espaço e em relação dialética com os fluxos que são estabelecidos para essa produção, a exemplo da indústria do marketing “homogeneizador”, que impõe padrões de consumo para esses ambientes, atribuindo-lhes um valor no espaço. A essa apropriação do ambiente natural pelo turismo se produz e reproduz novos significados aos espaços (KNAFOU, 1987 apud CRUZ, 1996: 27). Por isso, os espaços turísticos são culturalmente inventados e os “objetos naturais vão transformando-se em objetos sociais no processo de valorização do espaço”. (RODRIGUES, 1999: 63).

Entre os territórios turísticos mais valorizados destacam-se aqueles que integram o segmento de sol e praia, que são frequentemente midiatisados e que geram um padrão de consumo (ou modismo) que tende a enaltecer diferentemente os espaços, produzidos por novos usos, assim como a apropriação pelo seu valor de troca. De forma que tais espaços naturais são frequentemente comercializados pela atividade turística, principalmente os ecossistemas litorâneos que constituíram os primeiros motivos de captação de recursos financeiros para o desenvolvimento dessa atividade. A fragilidade desses ambientes naturais é antecipada pela ideia de captação de fluxo de capitais. Os problemas daí decorrentes incluem uma verticalização em

proximidade com a linha da praia, ligações clandestinas de esgotamento sanitário que são lançados no mar, avanço da ocupação na direção do mar e de dunas, mudanças de microclima, além de impactos sociais como a segregação das populações menos abastadas.

A verticalização próxima à orla das grandes cidades litorâneas, principalmente as do Nordeste do Brasil, reflete um movimento de acumulação capitalista que foi “politicamente” induzido para a produção e consumo do turismo. Dantas (2009) ressalta que a criação e articulação de políticas públicas, dentre elas a que exerceu maior influência nesse processo foi o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR-NE) o qual começou a considerar a paisagem litorânea como valiosa mercadoria e essa macrorregião, que outrora era símbolo de região infértil e não produtiva, atualmente é locus de reprodução do capital pelos fluxos turísticos nacionais e internacionais.

A apropriação dos espaços litorâneos é moldada de acordo com os interesses de determinados agentes sociais. Atualmente nas principais cidades turísticas de segmento sol e praia tem-se uma uniformização desses ambientes, formada por um conjunto arquitetônico de prédios hoteleiros e casas de veraneio frente à faixa do litoral, implicando que “trata-se de fixos, edificadas nos trechos de

fluxos". (RODRIGUES, 1999: 62). Isso, por consequência, acaba por descaracterizar uma das principais virtualidades desse ambiente, no caso a presença do sol na faixa de praia, onde se tem fileiras de prédios à beira-mar os quais impedem o aparecimento do sol na praia em determinadas horas do dia, cujo exemplo maior é em balneário Camboriú (SC).

Estudar o turismo através da base materialista é entender que os meios de produção nascem, crescem, amadurecem e produzem as condições para a emergência de novas formas de produção a partir das relações sociais que se estabelecem no lugar. Tal fenômeno também é facilmente percebido em áreas litorâneas em que comunidades tradicionais tentam inserir-se na lógica de produção e acumulação de capital, de maneira que pescadores são "transformados" visando atender a atividade turística com a locação de suas embarcações. Nesse caso, citam-se agricultores e extrativistas que transmutam seus negócios de produção de gêneros alimentícios para a confecção de souvenir ou a transformação das suas propriedades rurais em ranchos para fins turísticos. Importante ressaltar que não cabe aqui analisar aspectos negativos e positivos desse fenômeno, mas enfatizar como essa mudança almeja atender os interesses de agentes sociais que já

perceberam que podem auferir lucro com a atividade turística.

O processo de produção dos espaços turísticos se fixa em função de uma lógica de reprodução capital e tal sistema revela contradições no espaço. Dessa forma, o produto turístico é organizado para atender as necessidades das "experiências turísticas". Assim:

Para entender a experiência do turista, é preciso compreender as mudanças pelas quais o turismo passa ao decorrer do tempo, a fim de perceber como os diferentes elementos relacionados ao consumo e à produção interagem para gerar diferentes experiências e resultados para o consumidor e para o produtor. Espaço e tempo são eixos nos quais o turismo acontece e se desenvolve. (COOPER, 2011: 5).

Ante o exposto, enfatizar-se-á a realidade empírica do Maranhão a partir do município de Tutóia.

A produção do espaço turístico no município de Tutóia_____

Tutóia é um município localizado ao Norte do estado do Maranhão (Figura 1), que remonta a 1758 quando foi instituída a vila homônima que apoiou o contato com índios Tremembés e o avanço

do povoamento na direção do Leste (Piauí).

O principal acesso ao município referido é feito pela malha rodoviária partindo da capital, São Luís, mais precisamente “[...] via BRs 135 e 222 (até Chapadinha), de onde segue pela MA 034 via Santa Quitéria do Maranhão e São Bernardo, o que totaliza 518 km, aos quais se forem acrescentadas paradas para alimentação, culmina em 8 horas de viagem”. (FERREIRA, 2017, p. 146).

Atualmente, Tutóia conta com uma população total de 52.788 habitantes, dos

quais 64,61% moram na zona rural enquanto 35,38% estão na cidade (IBGE, 2010). Credita-se a isso o fato de a sede municipal ainda apresentar características de uma população rural, sobretudo como ponto de apoio para a prestação de serviços requeridos pela vida humana moderna. A título de exemplo, citam-se a venda de materiais rústicos como: bola de gude; fogareiros caseiros; alças de chinelo; panelas de alumínio e barro; chapéu de couro; facas, facões e ferramentas artesanais; além de farmácias, agência do

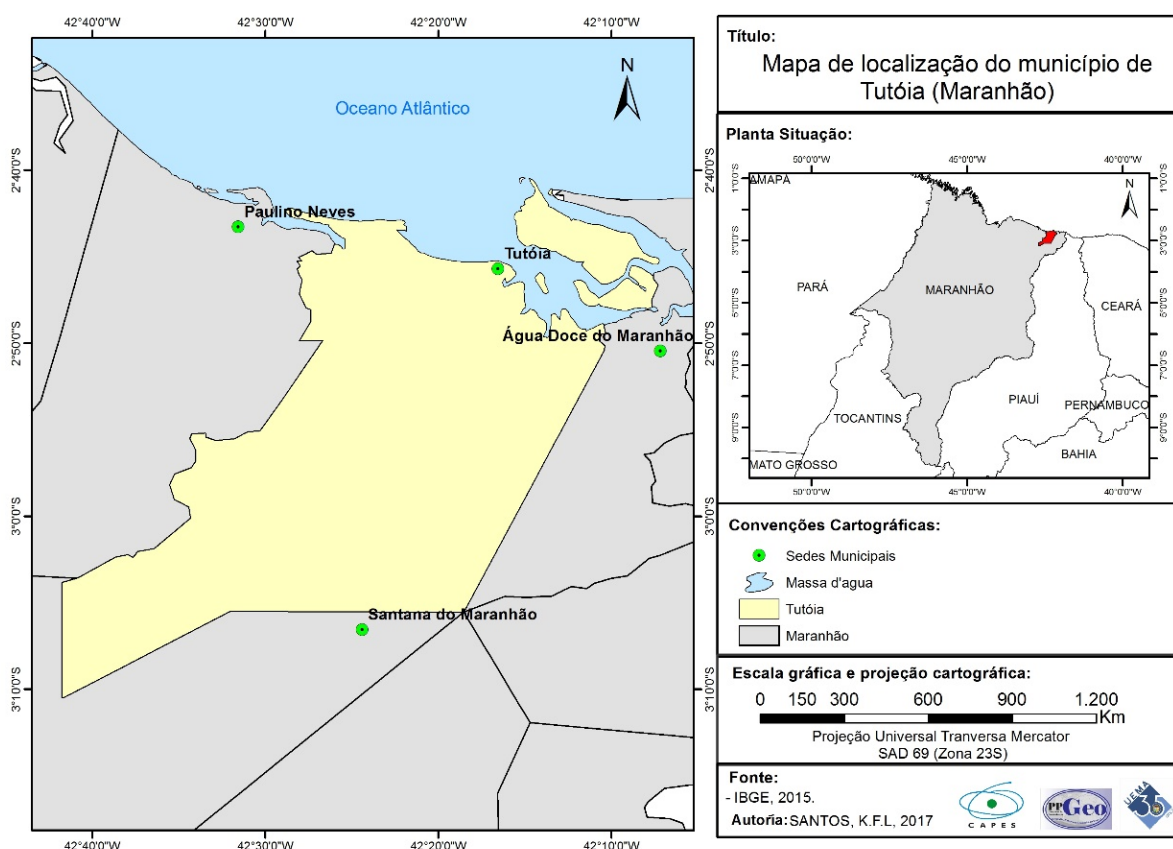


Figura 1 - Localização do município de Tutóia no Maranhão. Fonte: SANTOS, 2017

INSS e de instituições financeiras (Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal).

O município de Tutóia apresenta grande potencialidade turística devido ao seu posicionamento geográfico, pois faz parte da Microrregião dos Lençóis Maranhenses, cujas características conformam um mosaico de ambiente costeiro e um extenso campo de dunas (Pequenos Lençóis). Some-se a isso outro ecossistema único, que é o Delta do das Américas, que com suas cinco foz é responsável pela formação de mais de 80 ilhas, sendo que nessa unidade subnacional sobressaem-se: Igoronhon; Cajueiro; Melancieira; Pombas; Caeira; Coroatá; e Ilha Grande do Paulino.

O Delta das Américas é formado pela foz do Rio Parnaíba que desemboca no Oceano Atlântico; ocupa uma área de 2.700km² na divisa entre os estados do Maranhão e Piauí, mas que por ter ocorrência de 70% no primeiro (pela presença de quatro das suas cinco foz), além de ser o único no continente americano em mar aberto, tal denominação passou a ser adotada pelo Plano Maior (2020), em detrimento da mais usual que é Delta do Parnaíba. (MARANHÃO, 2011). Entretanto, segundo o citado instrumento de política pública de turismo, atualmente o acesso a esse Delta, quase que exclusivamente, é feito através da cidade de Parnaíba, no Piauí, de onde partem

passeios que se assentam em importantes recursos naturais maranhenses.

É importante frisar que o fato do Delta das Américas ser percebido pelo senso comum como pertencente ao estado do Piauí e conhecido como Delta do Parnaíba, constitui uma ameaça à formatação de uma imagem turística maranhense; dessa forma, torna-se necessário investimento em estratégias de marketing para “melhorar o bem-estar do consumidor e da sociedade” (KOTLER 2003 apud COOPER, 2011: 51), partindo do princípio que uma identificação com esse delta trará benefícios à comunidade que utiliza do ambiente como oportunidade de trabalho e lazer, assim como para o turista que terá uma imagem de um atrativo natural bem consolidado.

No entanto, tal sentimento de pertencimento do Delta das Américas ao estado do Piauí remonta do período da colonização quando foi instituído na Carta Régia de 1633 que o Rio Paraóssu “seputa no oceano entre as capitanias do Ceará e Maranhão, numa ponta de terra que pertence ao estado do Piauí; e que chega à costa do mar: com largura ricamente de quatro ou cinco léguas [...] enquanto os outros dois braços do Parnaíba conservam os seus - Iguarassú e Ototói e que Paraóssu era a corrente principal do rio, a qual, com este, mudaria de nome”. (VASCONCELOS; BARROS, s.n.t. p. 30 -

grifo nosso). De forma que, o surgimento do nome da Vila de Tutóia seria uma derivação do nome de um dos afluentes do Rio Parnaíba, nomeado de Ototói (outrora descrito como Atotói) e tal denominação do nome do município não sofreu nenhuma variação.

O Rio Parnaíba, formador do Delta das Américas, sempre teve muita importância social e econômica para Tutóia, principalmente a partir do século XIX quando começam a se intensificar as movimentações portuárias. “Seu núcleo portuário era considerado equivalente ao da capital do Estado” (ARAÚJO, 2015: 9),

recebendo o título de Internacional Porto de Tutóia, pois a sua navegabilidade era um meio de importância para a movimentação de fluxos econômicos como, por exemplo, exportação de sal, do pescado, transporte de passageiros, além de ser a cidade brasileira que mais esteve em proximidade de guerras, devido à sua localização estratégica.

Conforme Figura 2 percebe-se que Tutóia está localizado em uma confluência de marcos legais e ambientais. Centralizada entre o Polo Turístico Delta das Américas (e pertencente a ele), com proximidades ao Polo Turístico Parque dos

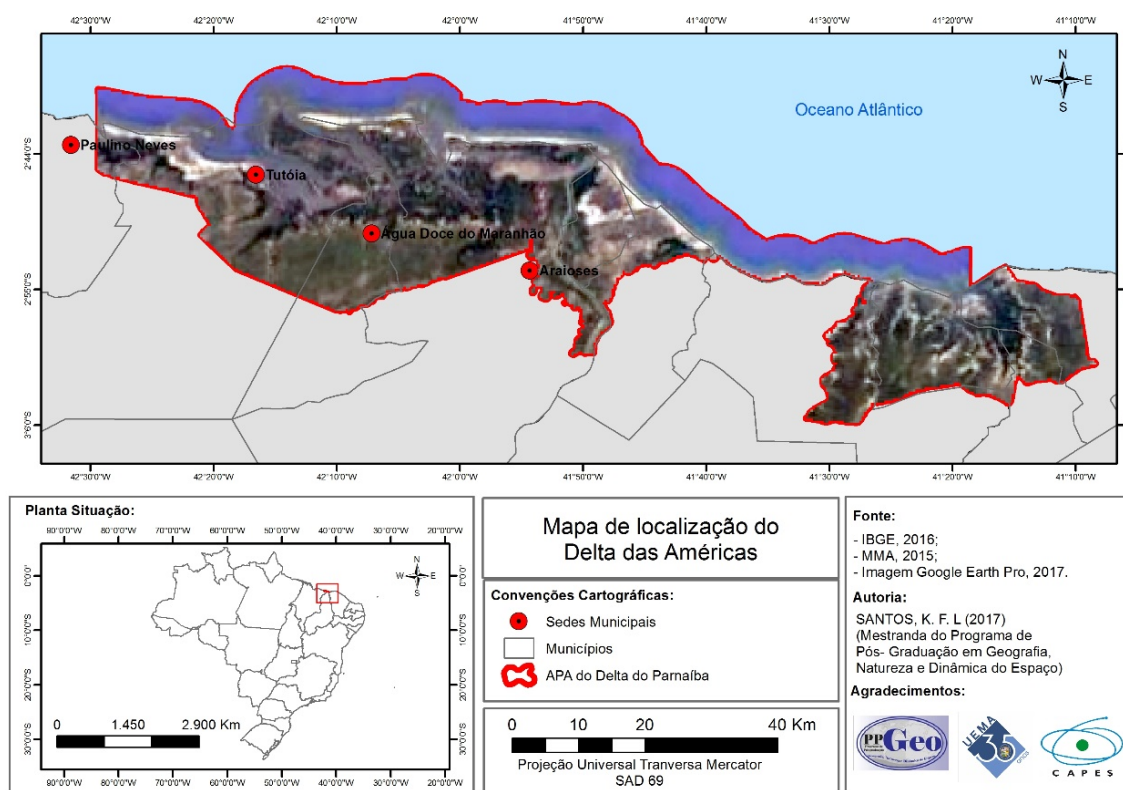


Figura 2 - Área de localização do Delta das Américas. Fonte: SANTOS, 2017

Lençóis e com uma parte de seu território pertencente à Área de Proteção Ambiental Delta do Parnaíba. Dessa forma, reconhece-se a grande potencialidade turística do município de Tutóia e que se estabeleceu principalmente após a implantação da Rota das Emoções, que é um roteiro turístico integrado entre Jericoacoara-Delta-Lençóis, respectivamente nos estados do Ceará, Piauí e Maranhão.

Todavia, com a implantação do primeiro parque eólico do estado do Maranhão, Parque Eólico Delta 3 (Figura 3) na extensão da MA 315, cuja referência é a “melhoria do acesso viário de 36 km que interliga as sedes de Barreirinhas e Paulino Neves [...] otimizando a prioritária Rota das Emoções (FERREIRA, 2017, p. 146), já evidenciam-se novas configurações espaciais. Convém ressaltar, que a chegada desse grande projeto de desenvolvimento em parceria com a empresa Ômega e o Governo do Maranhão acarreta em um reprodução do



Figura 3 - Construção do Parque Eólico Delta 3.
Fonte: Governo do Maranhão, 2017

espaço partindo da premissa, que além do seu objetivo principal que é a geração de energia eólica, serão incrementados os fluxos turísticos para os polos Parque dos Lençóis e Delta das Américas, cujos portais são Barreirinhas e Araiões, mas Tutóia já está sendo beneficiada.

O Plano Maior 2020 (Plano de Desenvolvimento Estratégico Turístico do Estado do Maranhão) faz uma análise de cenários comparativos sobre o valor de mercado dos 10 Polos Turístico em relação à primeira edição do Plano Maior (2010) e que remonta ao ano 2000. Na primeira edição desse plano, o valor de mercado do Polo Delta das Américas era de 21%; vale ressaltar que o valor de mercado do Polo São Luís correspondia quase à metade da porcentagem total, com 41%. Na atual edição do citado plano, o valor de mercado do Polo Delta das Américas diminuiu e encontra-se em 5%, a mesma porcentagem do Polo Chapada das Mesas, que figura entre os três polos turísticos mais visitados do estado do Maranhão enquanto o Polo São Luís detém 63% do valor de mercado (MARANHÃO, 2011). Tal situação, entretanto, é reflexo da “manutenção da desigualdade socioespacial” (FERREIRA, 2017, p. 149) haja vista que apesar de potencialidades em todos os quadrantes, os 10 polos turísticos abrangem 37,78% do total (217) dos municípios maranhenses. Considerando que esse plano vislumbra o

horizonte 2020, tem-se que o mesmo permanecerá sendo ineficiente porque a maior destinação de recursos financeiros, infraestrutura e produtos turísticos continua se concentrando em três Polos Turísticos: São Luís; Parque dos Lençóis; Chapada das Mesas.

De Oeste para Leste do litoral maranhense os polos turísticos são: 1) Amazônia Maranhense (Carutapera, Cândido Mendes, Godofredo Viana, Luís Domingues e Turiaçu); 2) Floresta dos Guarás (Apicum-Açu, Bacuri, Cedral, Central do Maranhão, Cururupu, Guimarães, Mirinzal, Porto Rico do Maranhão e Serrano do Maranhão); 3) São Luís (Alcântara, Paço do Lumiar, Raposa, São José de Ribamar e São Luís); 4) Munim (Axixá, Bacabeira, Cachoeira Grande, Icatu, Morros, Presidente Juscelino e Rosário); 5) Parque dos Lençóis (Barreirinhas, Humberto de Campos, Primeira Cruz e Santo Amaro do Maranhão); 6) Delta das Américas (Água Doce do Maranhão, Araiozes, Paulino Neves e Tutóia). No continente e do Norte para o Sul, os polos turísticos são: 7) Lagos e Campos Floridos (Arari, Bela Vista do Maranhão, Bom Jardim, Cajari, Conceição do Lago-Açu, Governador Newton Bello, Igarapé do Meio, Lago Verde, Matinha, Monção, Pio XII, Pindaré-Mirim, São Vicente Ferrer, São João Batista, Olinda Nova do Maranhão, Penalva, Santa Inês,

Santa Luzia, Satubinha, Tufilândia, Viana, Vitória do Mearim e Zé Doca); 8) Cocais (Afonso Cunha, Aldeias Altas, Capinzal do Norte, Caxias, Codó, Coelho Neto e Timon); 9) Serras, Guajajara, Timbira e Kanela (Barra do Corda, Fernando Falcão, Formosa da Serra Negra, Grajaú, Itaipava do Grajaú, Jenipapo dos Vieiras, São Pedro dos Crentes, São Roberto, Santa Filomena do Maranhão e Sítio Novo); 10) Chapada das Mesas (Balsas, Carolina, Estreito, Imperatriz, Porto Franco, Riachão, São João do Paraíso e Tasso Fragoso). Cf. FERREIRA, 2017: 149.

Ainda nesse plano que visa a um “ordenamento e organização” territorial das práticas de turismo no estado do Maranhão (Plano Maior 2020) tem-se uma hierarquização desses polos em três categorias: Polos Indutores; Polos Estratégicos; e Polos em Desenvolvimento. O Polo Turístico Delta das Américas é classificado como Estratégico, haja vista que a “[...] diversificação da oferta em médio prazo por seu potencial de atratividade e pelas questões de acessibilidade”. (MARANHÃO, 2011: 205). No entanto, tal classificação precisa ser revista para que se possa falar em uma regionalização da atividade turística do Maranhão visando à não saturação dos Polos Indutores (São Luís, Chapada das Mesas e Parque dos Lençóis). Para além disso, o novo slong 2017 da promoção do

turismo do Maranhão é “Maranhão: terra de encantos”, onde sua logo marca simboliza o centro histórico, dunas e chapada, elementos que remetem a esses três principais polos, o que implica em um consumo desigual do espaço.

Através de vinte questionários aplicados junto a turistas em Tutóia, foram indicados três atrativos de maior destaque: o Delta, juntamente com o seu conjunto de ilhas, dunas, mangues e praias; o rio Barro Duro; e a comunidade, que envolve os pescadores e agricultores, além de moradores da cidade com seus costumes tipicamente rurais. As respostas mais frequentes para a escolha como destino turístico refletem uma busca por ambientes naturais bem preservados (Figura 4) e que são geradores de sentimentos de paz, tranquilidade e harmonia com a natureza. Além disso, o segmento de sol e praia é referência importante, já que são produtos altamente valorizados pela ação midiática e que é um forte meio de atração para

turistas estrangeiros, principalmente franceses, em virtude também de sua combinação com suas características climáticas.

A divulgação de um produto turístico é um fator que influencia a imagem de um lugar como destino turístico. Isso porque, após as mudanças ocorridas com o advento do meio técnico-científico-informacional (SANTOS, 1997), o marketing tornou-se uma importante ferramenta na consagração de destinos turísticos, principalmente com o desenvolvimento de tecnologias de telecomunicações (a internet como principal), onde o atual consumidor tem acesso a uma gama de opções sobre a oferta dos produtos, dispondo de avaliações e narrativas de viagens através de blogs, sites e aplicativos para celulares, que também classificam e oferecem serviços de reservas, a exemplo do www.tripadvisor.com.

A “distribuição eletrônica” como



Figura 4 - Da esquerda para a direita: Comunidade do Arpoador/ Praia do Amor/ Mangues do Delta. Fonte: CASTRO, 2017

classifica Copper (2011), de produtos e equipamento turísticos geram benefícios como: redução de custos com recursos humanos (vínculos empregatícios) e físicos (processamento de check in, telefone, propaganda e tarefas de escritório) e maior aproximação com as satisfações e insatisfações dos clientes. Todavia, o estabelecimento que adere a esses serviços são cobrados por uma taxa que varia entre 1% e 5% do valor da reserva e em detrimento disso alguns proprietários oferecem resistência em aderir pelo fato dos custos, além do que existe uma “preocupações quanto a segurança da informação financeira e identidade pessoal” (COOPER, 2011, p.61), mas é preciso que o profissional reconheça as mudanças da sociedade moderna.

Foi analisado, também através de questionário e por avaliações feitas no site www.tripadvisor.com, sobre a percepção da satisfação com experiência turística. O tripadvisor, que por sua vez é um site, que além de fazer avaliações de experiências turísticas, seleciona e oferece serviços turísticos ao cliente, de forma que automaticamente o site faz uma seleção de um determinado equipamento disponível em outros sites, como por exemplo, Booking, Decolar e Hotel Urbano. Foram pontuadas algumas ameaças e fragilidades na realização do turismo em Tutóia, a exemplo da falta de sinalização turística, pressa nos

passeios náuticos, falta de centro de informações turísticas, deficiência no recolhimento de lixo, pouca capacitação de profissionais que desenvolvem a atividade na região, maior variedade de produtos turísticos e investimento na infraestrutura.

Tutóia conta com meios de hospedagens que por sua infraestrutura e localização culmina em variação média de preço, sendo que a mais cara diária para casal custa R\$ 250,00 enquanto a menor corresponde a R\$ 60,00. Ao analisar sites de produtos na internet, a exemplo o tripadvisor, nota-se que apenas quatro hotéis estão disponíveis para esse novo modelo de consumo turístico pela internet (Figura 5), com variações de preço de 148,00 reais na baixa temporada e 166,00 reais na alta temporada. Também em pesquisa por blogs de viagens foi observado sobre o crescimento desses equipamentos de hospedagens na cidade. Tal incremento pode ser explicado pelo aumento da procura por acomodações no município referido, que tem forte influência pelo fenômeno do turismo. Com efeito, constatou-se impacto positivo em razão da valorização dos imóveis e, como consequência, um impacto negativo que é a especulação imobiliária. Outro fator evidenciado através de entrevistas abertas é que a maioria dos empreendimentos de serviços e equipamentos turísticos tem

Hotéis	Baixa Temporada	Alta Temporada
	R\$	R\$
1. Jagatá	248,00	276,00
2. Baluarte	250,00	316,00
3. Vila Tutóia	200,00	200,00
4. Lua Branca	100,00	150,00

Figura 5 - Valor de diárias para casal em hotéis e pousadas de Tutóia. Fonte: Tripadvisor, 2017.

como proprietários os chamados “filhos da terra”, a exemplo da Pousada Guará.

O marketing é um grande aliado na consolidação de destino turístico, sendo que em Tutóia a publicidade tem sido feita em cima de áreas naturais (mangues, praias, rios, lagoas) e ainda com pouca interferência humana como, por exemplo, as praias do Arpoador e do Amor, uma vez que os espaços turísticos da proximidade, como Barreirinhas, encontram-se massificados. Outro fator relevante é a oferta de pacotes de viagens com destinos direto ao município de Tutóia, oferecido pela agência de turismo CVC, o que outrora era rota de passagem de fluxos turísticos, hoje já constitui destino fixo em nível nacional e internacional.

Entretanto, ressalta-se a ineficiência do posto de informações turísticas do município (Figura 6), item de importância para a qualidade de um produto turístico, uma vez que constituem como base de

informações de serviços turísticos (atrativos, hospedagens, alimentação, roteiros turísticos, agenda de atrações histórico-culturais e outros), além de servirem como apoio que pode auxiliar na elaboração de políticas públicas de turismo. Partindo do princípio que os postos de informações turísticas também são responsáveis por captar informações quantitativas e qualitativas sobre os turistas do destino visitado. Todavia, tal item de relevante importância para a produção e consumo do turismo em Tutóia não dispõe de profissionais qualificados para ocupar esse posto e por esse motivo possui funcionalidade reduzida.

Em relação aos serviços e equipamentos turísticos, pode-se afirmar que existe uma falta de articulação entre os prestadores de serviço, sendo até mesmo inexistente uma associação dos mesmos. Em contrapartida, o Grupo Baluarte dispõe de “serviços empacotados” como define

Cooper (2011), disponibilizando dentro de um mesmo pacote serviços múltiplos como hospedagem, alimentação e passeios náuticos. Tal fato constitui uma das principais formas de consumo do produto no turismo contemporâneo, pois gera a diferenciação de uma empresa, fixa o cliente no estabelecimento, além de oferecer infraestrutura necessária à sua estada.

Além disso, é preciso que haja uma renovação dos produtos turísticos, principalmente os passeios náuticos, como argumenta Copper (2011: 62) que “à medida que os produtos e os destinos progridem por meio do ciclo de vida, eles precisam ser continuamente renovados”. Fatores como o aumento da competitividade, ampliação da demanda e inserção da tecnologia contribuem para que se crie um Desenvolvimento de Novo Produto (DNP), de forma que, oferecer serviços diferenciados é visar atender variados perfis de públicos. Em Tutóia uma das principais agências de passeios náuticos, a Salinas Turismo, não oferece serviços de contemplação do pôr do sol ou observação dos guarás, por exemplo, é preciso uma contratação de um serviço individualizado de alguns residentes do lugar.

Através de observação direta intensiva, pode-se citar como pontos negativos de caráter ambiental o acúmulo de lixo ao longo da Praia da Barra, principalmente sobre as dunas, assim como

o lançamento de sangue (proveniente de abatedores clandestinos) in natura no Rio Comum e nas proximidades do Terminal Hidroviário de Tutóia; fatos esses que merecem atenção por parte das instâncias governamentais uma vez que, por se tratar de ambientais naturais, a contaminação e poluição dos mesmos comprometem a atividade turística que é realizada em virtude da conservação e do equilíbrio ecológico, assim como pode ser um fator de pouca permanência e até repulsa de visitantes.

Outro fator de relevância é a “distância” como elemento de alteração de fluxos turísticos. Hall (2005 apud COPPER, 2011: 52) “concentrou-se na importância da distância como uma variável que ajuda a entender a distribuição dos turistas e a produção turística”. E em Tutóia a “distância euclideana, que é a distância física direta entre os lugares e a distância do tempo, que é o tempo levado pela viagem entre os lugares” segundo Cooper (2011) alterou os fluxos de turistas a partir da implementação da estrada que liga a sede do município de Paulino Neves a Tutóia, porém ainda em leito natural, mas que já registra uma especulação imobiliária com a oferta de lotes, a construção de pousadas e prestação de serviços na primeira cidade e até ao longo da citada via de acesso.

Considerações Finais_____

Já não é mais nenhum exagero considerar Tutóia como cidade turística e aos poucos esse fenômeno vai se tornando cada vez mais forte a partir de uma maior produção e consumo do espaço, principalmente com a disponibilização de equipamentos turísticos e um maior apelo a estratégias de marketing, que pretendem efetivar esse município no roteiro turístico do estado do Maranhão, o que em contrapartida acaba por gerar impactos negativos como especulação imobiliária, segregação espacial do lazer e degradação de ambientes frágeis (litoral e manguezais). Sobre este último quesito foi observado em Tutóia uma grande disposição de lixo nas dunas da praia da Barra, lançamento de sangue de abatedouros clandestinos no Rio Comum, captura de cavalos marinhos nas proximidades dos manguezais, conflitos existentes entre as comunidade locais e o avanço do turismo.

Os espaços naturais são os mais propícios ao desenvolvimento ou produção intencional do turismo no município de Tutóia, que apresenta essa “vocalização”. Tal fato é beneficiado por sua situação geográfica, tendo em vista que situa-se na confluência de dois grandes atrativos turísticos, o Parque dos Lençóis e o Delta das Américas. No entanto, a influência desses dois ecossistemas ainda não tem sido

priorizada como elemento indutor uma vez que tal municipalidade apresenta baixa governança a qual compromete a qualidade dos serviços turísticos e urbanos oferecidos.

Aqui, ressalta-se a necessidade da população ser inserida na cadeia produtiva turística, de maneira que os governos municipal e estadual ofereçam subsídios para o seu desenvolvimento, levando em consideração ser um grande anseio criar um sistema de Turismo de Base Comunitária. Ademais, o turismo em Tutóia deve ser aproveitado para além da observação da paisagem. Para isso, é de fundamental importância uma qualificação maior principalmente daqueles que trabalham com os roteiros náuticos, que são antigos pescadores que foram “metamorfosados” de forma induzida e improvisada para serem “guias turísticos”. Isto implica que a imagem turística do município de Tutóia é a de áreas protegidas, cujas referências são os mangues do Delta das Américas, as praias ainda pouco adensadas (do Amor) e as águas dos rios Barra Duro, Bom Gosto e Cristalina.

Conclui-se que, em Tutóia o turismo é ofertado para uma população que é predominante de fora dessa municipalidade porque o acesso a tais imagens e potenciais não é fácil, assim como o preço da hospedagem e alimentação dificultam que a população local e da região possa usufruir dessa prática social, que é um mosaico do

Brasil.

Notas_____

* Mestranda do Programa de Pós- Graduação em Geografia da Universidade Estadual do Maranhão.

** Possui graduação em Geografia e especialização em Geografia Aplicada ao Planejamento Ambiental pela Universidade Federal do Maranhão (1989 e 1993), mestrado (1999) e doutorado (2008) em Geografia (Geografia Humana) pela Universidade de São Paulo. Atualmente é Professor Associado do Departamento de Geociências da Universidade Federal do Maranhão.

Referências bibliográficas_____

ARAUJO, Odorico Melo. Tutóia 70 anos: 1938- 2008. São Luís: EDUFMA, 2015.

BENI, Mário Carlos. Análise Estrutural do Turismo. 3ªed. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. Da "organização" à "produção" do espaço no movimento do pensamento geográfico. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; et. al. (Org.) A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Contexto, 2011.

COOPER, Chris. Turismo Contemporâneo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CORRÊA, Roberto Lobato. Espaço: um conceito-chave da geografia. In: CASTRO, Iná Elias, GOMES, Paulo César da Costa, CORRÊA, Roberto Lobato (orgs.) Geografia: Conceitos e Temas. 5ª edição. Bertrand: Rio de Janeiro, 2003.

CORREIA FILHO, Francisco; et al. Projeto cadastro de fontes de abastecimento por água subterrânea, estado do Maranhão: relatório diagnóstico do município de Tutóia. Teresina: CPRM - Serviço Geológico do Brasil, 2011.

DANTAS, Eutógio W. C. Maritimidade nos trópicos: por uma geografia do litoral. Fortaleza: UFC. 2009

FERREIRA, Antonio J. de A. A reestruturação urbana maranhense: dinâmica e perspectivas. São Luís: EDUFMA, 2017.

FOLKE, S. Primeiro pensamento da geografia do imperialismo. Antipode, 5 (3) 45- 51, 1973.

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

HARVEY, David. A produção capitalista do espaço. São Paulo: Annablume, 1996.

LEFEBVRE. Henri. A produção do espaço. Oxford: Blackwell, 1995.

MORAES, Antônio Carlos Robert. Geografia Crítica: a valorização do espaço. São Paulo: Hucitec, 1999.

PORTO-GONÇALVES, Carlos Walter. O desafio ambiental. Rio de Janeiro: Record, 2004.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: Hucitec, 1999.

SANTOS, M. A natureza do espaço – Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1997.

SANTOS. Milton. Espaço e método. São Paulo:

Edusp, 2014.

VASCONCELOS E BARROS, Benedito de. A Tutóia e o Delta do Parnaíba. BPBL (acervo digital). s.n.t

THE PRODUCTION AND CONSUMPTION OF THE TOURIST AREA IN THE MUNICIPALITY OF TUTÓIA (MARANHÃO)

ABSTRACT: THE PRODUCTION AND CONSUMPTION OF SPACE BASED ON A LOGIC OF CAPITALIST ACCUMULATION IS ONE OF THE MAIN FACTORS THAT ENGENDERS TOURISM. THUS, TUTÓIA, LOCATED ON THE EASTERN COAST OF MARANHÃO, IS NOW INCLUDED IN THIS CONTEXT, BASED ON THE MAJOR PLAN OF 2000. THE OBJECTIVE OF THIS ARTICLE IS TO ANALYZE THE PRODUCTION AND REPRODUCTION OF TOURISM IN TUTÓIA, BASED ON A SOCIO-SPATIAL VISION CENTERED ON THE DIALECTIC RELATIONSHIP BETWEEN WORK AND SPACE. THE METHODOLOGICAL PATH COVERED INVOLVED: 1) BIBLIOGRAPHICAL, DOCUMENTARY AND CARTOGRAPHIC SURVEY; 2) BIBLIOGRAPHICAL REVIEW OF AUTHORS WHO DISCUSS THE DIALECTICAL RELATIONSHIP OF SPACE PRODUCTION AND TOURISM; 3) CARRYING OUT FIELDWORK AIMING AT THE APPREHENSION OF THE EMPIRICAL REALITY OF TOURISM IN TUTÓIA AND THE PHOTOGRAPHIC RECORD; 4) APPLICATION OF 20 QUESTIONNAIRES WITH TOURISTS AND INTERVIEWS WITH OWNERS OF TOURISM EQUIPMENT; 5) ANALYSIS, SELECTION, TABULATION AND INTERPRETATION OF DATA AND INFORMATION OBTAINED. THE TOURIST IMAGE OF THE MUNICIPALITY OF TUTÓIA IS THAT OF PROTECTED AREAS, WHOSE REFERENCES ARE THE MARSHES OF THE DELTA OF THE AMERICAS, THE BEACHES THAT ARE NOT YET DENSELY PACKED (DO AMOR) AND THE WATERS OF THE RIVERS BARRO DURO, BOM GOSTO AND CRISTALINA. IT IS CONCLUDED THAT IN TUTÓIA TOURISM IS OFFERED TO A POPULATION THAT IS PREDOMINANT OUTSIDE THIS MUNICIPALITY BECAUSE ACCESS TO SUCH IMAGES AND POTENTIALS IS NOT EASY, JUST AS THE PRICE OF LODGING AND FOOD MAKES IT DIFFICULT FOR THE LOCAL POPULATION AND THE REGION TO TO ENJOY THIS SOCIAL PRACTICE, WHICH IS A MOSAIC OF BRAZIL.

KEYWORDS: TOURISM; TUTÓIA; PRODUCTION OF SPACE.

LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DEL ESPACIO TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE TUTÓIA (MARANHÃO)

RESUMEN: LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO DEL ESPACIO A PARTIR DE UNA LÓGICA DE ACUMULACIÓN CAPITALISTA ES UNA DE LAS PRINCIPALES VERTIENTES QUE HACE ENGENDRAR EL TURISMO. DE MODO QUE TUTÓIA, UBICADA EN LA COSTA ORIENTAL DE MARANHÃO PASA A SER INSERTADA EN ESE CONTEXTO A PARTIR DEL PLAN MAYOR DE 2000. EL OBJETIVO DE ESTE ARTÍCULO ES ANALIZAR LA PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN DEL TURISMO EN TUTÓIA, A PARTIR DE UNA VISIÓN SOCIOESPACIAL CENTRADA EN LA RELACIÓN DIALÉCTICA ENTRE TRABAJO Y ESPACIO. EL CAMINO METODOLÓGICO RECORRIDO ES CONSTITUIDO POR: 1) LEVANTAMIENTO BIBLIOGRÁFICO, DOCUMENTAL Y CARTOGRÁFICO; 2) REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE AUTORES QUE ABORDAN LA RELACIÓN DIALÉCTICA DE LA PRODUCCIÓN DEL ESPACIO Y EL TURISMO; 3) REALIZACIÓN DE TRABAJO DE CAMPO ANHELANDO LA APREHENSIÓN DE LA REALIDAD EMPÍRICA DEL TURISMO EN TUTÓIA Y EL REGISTRO FOTOGRÁFICO; 4) APLICACIÓN DE 20 CUESTIONARIOS CON LOS TURISTAS Y ENTREVISTAS CON PROPIETARIOS DE EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS; 5) ANÁLISIS, SELECCIÓN, TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS E INFORMACIONES OBTENIDAS. LA IMAGEN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE TUTÓIA ES LA DE ÁREAS PROTEGIDAS, CUYAS REFERENCIAS SON LOS MANGLARES DEL DELTA DE LAS AMÉRICAS, LAS PLAYAS AÚN POCO DENSAS (DEL AMOR) Y LAS AGUAS DE LOS RÍOS BARRO DURO, BOM GUSTO Y CRISTALINA. SE CONCLUYE QUE EN TUTÓIA EL TURISMO ES OFRECIDO PARA UNA POBLACIÓN QUE ES PREDOMINANTE DE FUERA DE ESA MUNICIPALIDAD PORQUE EL ACCESO A TALES IMÁGENES Y POTENCIALES NO ES FÁCIL, ASÍ COMO EL PRECIO DEL HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN DIFICULTAN QUE LA POBLACIÓN LOCAL Y DE LA REGIÓN PUEDA QUE ES UNA DE LAS MÁS ANTIGUAS DEL MUNDO.

PALABRA CLAVE: TURISMO; TUTÓIA; PRODUCCIÓN DEL ESPACIO.