

Artigos
científicos

Agentes produtores do espaço na Serra do Cipó (MG): um breve paralelo

Guilherme Augusto Pereira Malta
Mestre em Geografia - IGC/UFMG
guilherme.malta@gmail.com

Solano de Souza Braga
Mestre em Geografia - UFPI
solanobraga@yahoo.com.br

Maria Flávia Pires Barbosa
Mestre em Geografia - IGC/UFMG
pires_flavia@yahoo.com.br

Bernardo Machado Gontijo
Doutor em Geografia - IGC/UFMG
gontijo@yahoo.com.br

Resumo

No contexto atual, onde impera a lógica mercadológica, o espaço urbano, compreendido como espaço fragmentado e produto social, é também reduzido à mercadoria, em função do seu valor de troca, sendo cada vez mais produzido para dar condições à reprodução do capital. Em uma lógica semelhante, o turismo representa uma prática que tem como mote tanto a produção quanto o consumo do espaço, assumindo o turista neste processo o papel de consumidor. Diante disso, este artigo tem por objetivo abordar a dinâmica de produção do espaço urbano, apresentando os agentes modeladores que atuam nesse processo, bem como traçar um paralelo com os agentes que atuam na produção do espaço pelo e para o turismo. Busca-se, portanto, entender se há alguma correspondência em relação aos agentes que atuam em cada um desses processos e se seria possível estabelecer uma escala de predominância na atuação desses agentes que produzem o espaço. Para isso, buscou-se realizar um estudo acerca da nova organização espacial provocada pelo turismo na região da Serra do Cipó/MG, visto que a exploração do turismo tem gerado mudanças locais significativas. Como resultado, observou-se que, em ambos os casos, a atuação dos agentes não se dá de forma isolada, mas ocorrendo em conjunto.

Palavras-chave: produção do espaço; espaço urbano; turismo; Serra do Cipó.

Abstract

In the current context dominated by the market logic, the urban space, understood as a fragmented space and social product, it is also reduced to merchandise, according to their exchange value, increasingly being produced to make the reproduction of capital possible. In a similar logic, tourism is a practice that has as a motto both the production and the consumption of space, assuming the tourist in this process the role of consumer. Thus, this article aims to address the dynamics of production of urban space, featuring the modeling agents that operate in this process and draw a parallel with the agents who work in the production of space by and for tourism. It seeks, therefore, to understand if there is any match for staff working in each of these processes and whether it would be possible to establish a predominance of scale in performance of these producing agents of space. For this, it was sought to realize a study on the new spatial organization caused by tourism in the region of Serra do Cipó / MG, since the exploration of tourism has been generated significant local changes. As a result, it was observed that in both cases, the activity of agents does not occur in isolation but in combination.

Key-Words: *production of space; urban space; tourism; Serra do Cipó.*

Introdução

O espaço urbano, entendido aqui como um espaço fragmentado, articulado, cheio de símbolos e campo de lutas, é um produto social, formado por ações acumuladas através do tempo e engendradas por agentes que o produzem e o consomem (CORREA, 1989). No contexto atual, onde impera a lógica do mercado, o espaço é também reduzido à mercadoria, sendo cada vez mais produzido para dar condições à reprodução do capital. Nesse sentido, o espaço é cada vez mais produzido em função do seu valor de troca, consistindo em um “objeto de consumo, um instrumento político e um elemento na luta de classes” (GOTTDIENER, 1993, p. 127).

A cidade é, então, produto das contradições de classe e envolve interesses e necessidades diversas, sendo o espaço produzido através dessas contradições (CARLOS, 1999). Fundamentalmente, a cidade, com relação aos seus processos de desenvolvimento, pode ser considerada como um produto social e histórico, reflexo das relações sociais e resultado de um processo de produção e não somente como objeto de consumo material e simbólico (TOPALOV, 1979). No presente estudo, e, em confluência com a abordagem feita por Correa (1989), a cidade será, assim, considerada como espaço urbano.

O presente artigo tem por objetivo abordar a dinâmica de produção do espaço urbano, apresentando os agentes modeladores que atuam nesse processo. Busca-se também traçar um paralelo com os agentes que atuam na produção do espaço pelo e para o turismo, isto é, os agentes que atuam no processo de turistificação dos lugares. A intenção é entender se há alguma correspondência em relação aos agentes que atuam em cada um desses processos e se seria possível estabelecer, dentro de cada um deles, uma escala de predominância na atuação dos agentes que produzem o espaço. Para isso, buscou-se realizar um estudo acerca da nova organização espacial provocada pelo turismo na região da Serra do Cipó/MG, visto que a exploração do turismo tem gerado mudanças locais significativas.

Importante ressaltar, contudo, que a ação destes agentes é complexa, derivada da dinâmica de acumulação de capital, das necessidades mutáveis de reprodução das relações de produção e dos conflitos de classe que dela emergem. Assim, dentro da concepção apresentada, o espaço urbano, como se indicou, é constituído por diferentes usos da terra, em que cada um deles pode ser visto como uma forma espacial. Cabe apontar que essas ações não têm uma existência autônoma, mas condicionada a uma ou mais funções (atividades) que cada forma abarca e que, por sua vez, estão vinculadas aos processos da sociedade. Esses processos, que correspondem ao movimento da própria sociedade, demandam funções urbanas que se materializam nas formas espaciais, tais como produção e venda de mercadorias, prestação de serviços diversos ou uma função simbólica a ele associado. Tais formas seriam, portanto, socialmente produzidas por agentes sociais concretos e por meio da atuação destes e não de um mercado invisível ou de processos aleatórios.

A partir da comparação entre ambas as dinâmicas de produção do espaço e pela atuação dos agentes que o produzem, espera-se, assim, chegar a conclusões que possam contribuir para estudos futuros.

O caminho metodológico para a presente pesquisa, de cunho predominantemente qualitativo, iniciou-se com a análise de obras e artigos que abordam aspectos relacionados à produção do espaço urbano, bem como sua relação dentro da dinâmica suscitada pelo turismo. Em paralelo, buscou-se aproximar as temáticas a partir da correlação dos agentes modeladores do espaço e que atuam em ambas as lógicas trabalhadas. Visando enriquecer a análise e demonstrar sua manifestação empírica, ainda que de forma preliminar, optou-se por identificar e analisar a atuação dos agentes na localidade turística da Serra do Cipó.

Para a referida análise foram consultados trabalhos anteriormente realizados pelos autores na região e pesquisas recentes que tiveram o destino turístico da Serra do Cipó como objeto de investigação.

Diante das reflexões aqui apresentadas, o presente artigo se justifica em virtude da relevância apresentada pelo tema para as áreas da Geografia e do Turismo. Bem como pela contribuição para a compreensão dos processos espaciais que atualmente ocorrem na Serra do Cipó, palco de contradições e conflitos oriundos, sobretudo, do processo de produção do espaço e sua relação com o turismo. Portanto, compreender esse processo e sua correspondência no âmbito do turismo, bem como os agentes que atuam nesse processo, é peça fundamental para o planejamento e gestão deste espaço e, conseqüentemente, para a manutenção de seu bem estar no futuro.

Agentes de produção do espaço urbano

Há um consenso entre os autores que discutem a temática da produção do espaço, de que o espaço urbano consiste em um produto social, e os "problemas urbanos" relacionam-se à dinâmica das relações de produção e a estrutura de poder na sociedade capitalista (CASTELLS, 1983; HARVEY, 1980; SOUZA, 2008). Ou seja, torna-se tarefa indispensável na compreensão do urbano entender a lógica na qual o capital, representado pelos fatores "como" e "por quem", se manifesta no espaço.

Contudo, antes de se adentrar na caracterização e análise do papel desempenhado pelos agentes que atuam na produção do espaço urbano, torna-se de fundamental importância, conceituarmos a noção de espaço. O espaço, na concepção elaborada por Santos (2008, p. 28), compreende um "[...] conjunto indissociável, do qual participam, de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais, e, de outro, a vida que o preenche e os anima, ou seja, a sociedade em movimento". Neste contexto, deve-se atentar para sua natureza multifacetada e para o jogo de forças entre as classes que o ocupa e o produz, assim como as contradições que emergem a seu nível e que expressam as contradições da própria sociedade.

O espaço apresenta, portanto, a propriedade de ser materializado por uma interação dialética com a sociedade, na qual é ao mesmo tempo objeto material, meio de relações sociais, além de reprodutor de objetos materiais e relações sociais (SANTOS, 2008). Logo, o espaço não é mero receptáculo das ações humanas, mas também com elas realizam uma constante dialética na qual as diversas sínteses correspondem ao resultado das interações sociedade-espaço, em que pesam os distintos papéis e importâncias dos agentes produtores e a esfera que os compõe. A síntese resulta de interesses, intenções, forças e arranjos políticos, econômicos e ideológicos que se manifestam no espaço e pelo espaço, uma vez que "o espaço é político e ideológico", e sua organização "[...] é um produto social que emerge da prática social deliberada" (SOJA, 1993, p. 102).

Considerando-se as principais características do conceito de espaço e a dinâmica no qual ele se encontra submetido na sociedade atual, cumpre descrever as condições gerais da produção capitalista, nas quais a urbanização produz e reproduz as mesmas condições. Em um primeiro plano, há um conjunto de infraestruturas físicas necessárias à produção e ao transporte. Em segundo, há uma reserva de mão de obra, onde a força de trabalho se reproduz baseada nos equipamentos coletivos de consumo. Em terceiro, um conjunto de empresas capitalistas privadas, no setor produtivo ou de circulação, cuja cooperação mútua no espaço aumenta a produtividade.

Por último, e, essencialmente igual aos três elementos citados anteriormente, tais condições gerais são constituídas pela articulação espacial desses elementos, pelo valor de uso complexo que se desprende do sistema de todos os valores de uso simples (TOPALOV, 1979, p. 26).

Cumprido ressaltar, que o espaço urbano no modo de produção capitalista assume cada vez mais importância, justificando, para tanto, sua mercantilização, no qual os agentes detentores do capital correspondem àqueles que têm acesso a "conquista" do espaço urbano (LIMONAD, 1999; CORRÊA, 1995; CARLOS, 2004; DELCOL, 2012). Neste sentido, menciona-se a relação expressa entre o valor de uso e o valor de troca relativos ao espaço. Em linhas gerais, o valor de uso corresponde à esfera do consumo e o valor de troca à esfera da circulação (CORRÊA, 1989). No contexto capitalista, o valor de troca se sobrepõe ao valor de uso, uma vez que, para "[...] desfrutar de determinados atributos do espaço é preciso que se realize, previamente, sua negociação mercadológica, ou seja, seu valor de troca" (DELCOL, 2012, p. 4).

No que tange, em especial, à produção do espaço pelo capitalismo, desde "a vinculação do espaço em geral e do espaço urbano em particular apenas à produção", de acordo com Lefebvre (1993), as condições gerais se transformaram para além do capitalismo competitivo do século XIX. No momento atual "[...] o sistema capitalista deve garantir sempre além da reprodução dos meios de produção, a reprodução das relações sociais de produção, efetivada através da totalidade do espaço[...]" (LIMONAD, 1999, p. 73).

A relação assim estabelecida entre o sistema capitalista e a concepção do espaço socialmente produzido, bem como a generalização de uma lógica do capital, demonstram a inevitabilidade de um contexto predominante no que se refere à reprodução do cotidiano (relações sociais) "[...] em novos e antigos espaços, perpassados por diferentes tempos históricos – simultaneidades" (LIMONAD, 1999, p. 73). As relações dominantes de produção teriam, no espaço urbano do capitalismo, o locus de sua reprodução, que de acordo com as necessidades de produção capitalistas é criado, ocupado e fragmentado.

Em meio à dinâmica de produção espacial não há como não considerar o processo de globalização. Apesar de ter sua discussão teórica enfraquecida nos últimos anos, esse processo foi e ainda é promotor de trocas desiguais, exclusão, dependência e desintegração entre os Estados em nível mundial. A globalização econômica tem uma lógica férrea que é duplamente destrutiva: não só não pode melhorar o nível da esmagadora maioria da população mundial, como não é sequer sustentável a médio prazo (MANDER, 1996, p. 18¹ apud SANTOS, 2002, p. 72).

Retornando à produção do espaço urbano, cabe destacar, segundo Delcol (2012), que a ação do capital, em especial o imobiliário, possui papel central na definição e redefinição deste processo, a partir de suas estratégias e práticas sociais. A autora ressalta como "elementos fundamentais dessa produção os agentes produtores do espaço que, no percurso da urbanização brasileira, se desenvolveu de modo excludente e segregacionista, gerando benefícios sociais para poucos, enquanto o ônus social incide sobre grande parcela da população" (DELCOL, 2012, p. 3).

Percebe-se, a partir da ação dos agentes sociais, e por meio de práticas que levam a um constante processo de reorganização espacial, que o espaço urbano permanece fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social, ainda que as formas espaciais e suas funções tenham sido alteradas (CORREA, 1989). Igualmente presente, a desigualdade social também não desaparece, mesmo diante da incessante transformação à qual está submetido o espaço urbano.

1 MANDER, J. *Facing the Rising Side*. In: Tide, J. Mander e E. Goldsmith (orgs.). *The Case Against Global Economy*. San Francisco: Sierra Club Books, 1996. p. 3-19.

Desta forma, quem seriam os agentes sociais que fazem e refazem a cidade? Quais seriam os interesses em disputa e a capacidade de decisão de cada um destes agentes?

Neste contexto, Corrêa (1989) sugere, no que se refere ao cenário de produção do espaço urbano brasileiro, os seguintes agentes produtores: a) os proprietários dos meios de produção; b) os proprietários fundiários; c) os promotores imobiliários; d) o Estado; e) e os grupos sociais excluídos. Cumpre destacar, ainda segundo Corrêa (1989), que a divisão entre os diferentes grupos, representada aqui pelos agentes produtores do espaço urbano, tem por objetivo principal facilitar na análise, não sendo, portanto, efetivamente absoluta. Partindo deste pressuposto, apresenta-se, a seguir, uma breve caracterização dos grupos supracitados:

Os Proprietários dos meios de produção: por se tratar, sobretudo, de grandes industriais, estes agentes, em virtude da dimensão de suas atividades, são, segundo Corrêa (1989), grandes consumidores do espaço. Por conta desta característica, torna-se necessária a existência de terrenos amplos e baratos que estejam de acordo com os requisitos locacionais pertinentes às atividades de suas empresas - por exemplo, estar localizado próximo a portos, vias férreas ou em locais de ampla acessibilidade à população. Corrêa (1989) ressalta que a ação deste grupo, em razão de sua detenção dos meios de produção, modela a cidade, produzindo seu próprio espaço e acabando por interferir decisivamente na localização de outros usos da terra.

Os Proprietários fundiários: por consistir nos proprietários de grande parte das terras este grupo irá atuar visando obter a maior renda fundiária de suas propriedades. É do interesse destes agentes que suas terras tenham o uso mais remunerador possível, sobretudo, comercial ou residencial de status (CORRÊA, 1989). Portanto, lhes interessa o valor de troca da terra e não seu valor de uso. O investimento público em infraestrutura, em alguns casos, poderá influenciar na valorização destas terras, favorecendo os proprietários fundiários mais poderosos.

Os Promotores imobiliários: referem-se ao conjunto de agentes, que segundo Corrêa (1989), realizam, parcialmente ou totalmente as seguintes operações: incorporação; financiamento; estudo técnico; construção ou produção física do imóvel; e comercialização ou transformação do capital-mercadoria em capital-dinheiro, agora acrescido de lucro. De forma geral, a estratégia utilizada por este agente consiste em dirigir-se, em primeiro lugar, a produção de residências para satisfazer a demanda que dispõe de meios para comprar uma propriedade. Em seguida, obtém-se ajuda do Estado visando tornar vendável a produção de residências para parcela considerável da população que não pode pagar pela mesma.

O Estado: este agente, conforme salienta Corrêa (1989), atua também na organização espacial da cidade. A atuação do Estado caracteriza-se pela complexidade e pela variabilidade tanto no tempo como no espaço, sofrendo influência constante da dinâmica da sociedade da qual é parte integrante (CORRÊA, 1989). O Estado dentro da dinâmica de produção do espaço urbano possui papel ímpar, uma vez que, segundo Delcol (2012, p. 8), "[...] representa as mais diversas tipologias de agentes: grande empresário, consumidor de espaços e de localizações públicas, proprietário fundiário, promotor imobiliário e agente regulador do uso do solo urbano em cada parcela da cidade". Portanto, possui papel estratégico e decisivo na determinação do preço da terra, já que realiza investimentos em infraestrutura, equipamentos ou serviços urbanos, promovendo a valorização do solo em determinadas áreas em detrimento de outra (CORRÊA, 1989; DELCOL, 2012).

Os Grupos sociais excluídos: referem-se à parcela considerável da população urbana que não possui renda para pagar o aluguel de uma habitação digna e muito menos para comprar um imóvel. Por se encontrarem em uma situação de extrema vulnerabilidade social este é um dos fatores, segundo Corrêa (1989), que ao lado do desemprego, doenças e subnutrição, delineiam a situação social dos grupos excluídos.

Tendo em vista as principais características de cada um dos agentes e atendo-se, agora, ao conjunto e menos ao funcionamento de cada um deles em separado, cabe considerar que a ação destes agentes se faz dentro de um marco jurídico que regula a atuação dos mesmos. Importante ressaltar que “este marco não é neutro, refletindo o interesse dominante de um dos agentes, e constituindo-se, em muitos casos, em uma retórica ambígua, que permite que haja transgressões de acordo com os interesses do agente dominante” (CORREA, 1989, p. 12). Nesse sentido, vale apontar, segundo Correa (1989), que ainda que possa haver diferenciações nas estratégias e conflitos entre os três primeiros agentes e, mesmo que elas possam variar no tempo e no espaço, haveria, por outro lado, pontos em comum que os unem, como, por exemplo, uma renda da terra.

Dessa forma, infere-se, diante do contexto predominante da sociedade capitalista, que haveria, assim, uma escala de poder no uso e consumo do espaço urbano. Segundo a lógica de consumo do espaço dentro da totalidade capitalista, essa escala estaria estabelecida entre os agentes que atuam nesse espaço, caminhando do mais (os proprietários do meio de produção) para o menos “privilegiado” (grupos sociais excluídos).

Agentes de produção do espaço pelo e para o turismo

Já no âmbito do turismo, convém apontar inicialmente, segundo Molina (2007), que o fenômeno do turismo deve ser entendido como parte de uma totalidade em movimento. Portanto, “as relações sociais que regem as atividades associadas ao espaço precisam adequar-se à forma pela qual o espaço é usado para adquirir riqueza” (GOTTDIENER, 1993, p.129). Em outras palavras, a sociedade atual se encontra, acima de tudo, inserida na lógica de reprodução capitalista e, assim sendo, o local e as atividades que se realizam no espaço devem se adequar a esta lógica.

Nesse sentido, conforme destaca Molina (2007, p. 30), o turismo pode desencadear um consumo consumptivo do espaço, enquanto objeto. Dessa forma, “produzir o espaço para a venda e consumo implica, entre outras coisas, na vitória do valor de troca sobre o valor de uso, e o espaço mercadoria limita seu uso às formas de apropriação privada”. Segundo Elicher (2012), em um mundo onde imperam as relações capitalistas de produção e consumo, o produto turístico está condicionado apenas a uma parcela pequena da população, logo, a maior parte da população mundial não participa nem direta nem indiretamente do contexto turístico.

Para Molina (2007), essa relação que se estabelece entre espaço e turismo é fruto da capacidade que tem o turismo de reorganizar os territórios na medida em que a atividade se instala, de modo a criar as condições necessárias para que essa prática ocorra. Dessa maneira, segundo Cruz (2001), o turismo participa na produção do espaço geográfico por meio de sua prática social. De acordo com essa autora, ao entender o turismo e a sua importância como produto espacial, assume-se, também, que a intensificação do uso turístico de determinado espaço geográfico carrega consigo a introdução e multiplicação espacial de objetos cuja função está associada à atividade turística.

Paralelamente, como aponta Molina (2007, p. 29), a produção espacial provocada pelo turismo não se caracteriza apenas pela introdução de objetos que estejam diretamente ligados a essa atividade. Ela se caracteriza, também, pela criação ou melhorias na infraestrutura de apoio, “como as de saneamento básico, rede bancária, de segurança, transporte, comunicação, energia, entre outros”.

Hiernaux Nicolás (1987)², citado por Molina (2007), propõe que os espaços apropriados pelo turismo sejam observados e analisados a partir de uma lógica diferente daquela utilizada para as análises relacionadas aos espaços de produção do trabalho. Isso porque os destinos turísticos obedecem à lógica do mundo do ócio, e a produção turística não obedece às leis da produção econômica tradicional. Para esse autor, apenas ocorre a mercantilização do tempo livre, pelo capital, quando há uma substituição do valor de uso pelo valor de troca. Ou seja, no espaço apropriado pelo turismo devemos ter em conta que convivem sincronicamente, as lógicas da produção (do trabalho) e do ócio (do tempo livre).

Sendo assim, é necessário o entendimento do papel de cada um dos agentes envolvidos no processo de turistificação dos espaços. Como aponta Elicher (2012), as lógicas que movem a apropriação do espaço por um e outro agente apresentam naturezas muito distintas e, por essa razão, muitas vezes conflitantes. Assim, como foram apresentadas anteriormente as principais características dos agentes produtores do espaço urbano brasileiro, apresenta-se, também, uma análise sucinta dos papéis desempenhados pelos principais agentes produtores do espaço, com destaque para aqueles que efetivamente atuam no processo de urbanização turística. Nesse contexto, Knafou (1996) cita três dos principais agentes de turistificação dos lugares: a) os turistas, b) o mercado; c) os planejadores e promotores territoriais. Além desses agentes, Fratucci (2007) e Molina (2007), também consideram: d) o Estado; e) e a comunidade receptora como importantes agentes de turistificação dos lugares.

O Mercado: O “mercado é a segunda fonte de criação dos lugares turísticos” (KNAFOU, 1996, p. 67). Para esse autor, o agente mercado se volta mais para a criação e colocação de produtos turísticos, e menos para a prática turística em si. Já para Elicher (2012), o mercado é atualmente o principal agente de turistificação do espaço. O mercado turístico vem crescendo consideravelmente ao longo dos anos e os agentes privados são os principais responsáveis pela criação e recriação de espaços turísticos. De acordo com Fratucci (2007), os agentes de mercado estão ligados ao processo de apropriação do tempo livre do trabalhador pelo capital.

Assim, partindo-se da premissa de que o lazer é necessário para recuperar as energias para, então, voltar ao trabalho, o capital transformou o próprio lazer em produto e o tempo livre em tempo de consumo. Segundo esse mesmo autor, os agentes do mercado atuam fortemente no processo de turistificação dos espaços na medida em que podem induzir ou inibir o fluxo de turistas para determinados locais. Nesse contexto, como aponta Elicher (2012), a mídia tem um papel fundamental, pois é o instrumento utilizado pelo mercado na produção de novos destinos turísticos. Ou seja, além dos turistas, o próprio mercado pode ser o indutor da criação de novas necessidades na esfera do turismo.

Os Turistas: segundo Knafou (1996), os turistas são os agentes que estão na origem do turismo. Como aponta Fratucci (2007, p. 4), são eles “os responsáveis pelo momento inicial e mais subjetivo do fenômeno, na medida em que, levado por motivações as mais diversas e quase sempre pessoais, se desterritorializa temporariamente, afastando-se do seu entorno habitual de vida”.

Assim sendo, o turista é, portanto, o agente gerador do turismo e, por essa razão, também é o agente que movimentada toda a cadeia econômica que surge para atender suas necessidades durante os deslocamentos temporários.

Os Planejadores e promotores sociais: como mostra Knafou (1996, p. 69), diferentemente dos dois primeiros agentes, os planejadores e promotores sociais, são, em geral, iniciativas locais, ou seja, “[...] essas iniciativas apresentam a característica comum de serem fundamentalmente ligadas ao lugar”. Os planejadores públicos podem atuar nas diferentes esferas (municipal, estadual ou federal). Como mostra Elicher (2012), existem ainda outros agentes promotores, como órgãos reguladores, certificadoras e organizações não-governamentais. A principal atribuição dos agentes planejadores é pensar a atividade turística. Dessa forma, o aumento constante do fluxo turísticos nos destinos requer que um planejamento do espaço, dos equipamentos e da própria atividade. Os principais cuidados com os quais esses promotores territoriais devem ter são com o risco de não levar em conta as características do mercado e as práticas dos turistas. Ainda, é preciso ressaltar, conforme aponta Elicher (2012), que cabe ao agente público organizar a atividade, sobretudo, a partir da criação de leis, decretos e diretrizes que ordenem a prática turística nos espaços. O investimento em infraestrutura específica deve ficar a cargo do agente mercado.

O Estado: a ação do Estado, conforme revela Fratucci (2007), deve ser exercida por meio de uma política setorial. Assim, seu papel seria menos de investidor e mais de articulador entre os demais agentes envolvidos na atividade turística. A complexidade que envolve o turismo exige uma atuação mais política do Estado, a partir, sobretudo, da definição de estratégias a longo prazo que compatibilizem os interesses dos agentes envolvidos. A própria Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001, p. 155) indica aos seus países membros que as políticas públicas devem “compatibilizar o princípio de liberdade de mercado e de empresa com a preservação das vantagens estruturais que assegurem a continuidade da atividade em condições adequadas”. Ou seja, “o Estado deve exercer um papel central na fixação de critérios de desenvolvimento e na coordenação das atuações dos agentes privados que nele interagem” (OMT, 2001, p. 155).

A Comunidade receptora: segundo Fratucci (2007, p. 9), é preciso, antes de tudo, entender quem é a comunidade receptora, pois, “classificar toda a população local como um agente único frente ao turismo é correr o risco de tentar homogeneizar um grupo de atores sociais diversificado e, até mesmo, antagônico para algumas questões”. Nesse sentido, esse autor apresenta, a partir de um estudo realizado por Krippendorf (1989)³, uma distinção entre os diferentes atores que fazem parte da comunidade receptora. Assim, os atores foram divididos em cinco categorias: aqueles que estão em contato direto com os turistas (os trabalhadores do setor); os empresários de empresas turísticas locais e de outras empresas que indiretamente dependem do turismo; os habitantes que, mesmo mantendo contatos diretos com os turistas, não dependem totalmente deles para obterem seus ganhos; os habitantes que não mantêm nenhum contato com os turistas; e os políticos e governantes que veem no turismo a oportunidade de elevação do nível de vida, deles e da população local (FRATUCCI, 2007).

Mais uma vez, referindo-se ao conjunto dos agentes que produzem o espaço pelo e para o turismo, deve-se considerar que a sua atuação não pode ocorrer de forma neutra e desvinculada do jogo de forças que se verifica encarnado no conflito de classes que, por sua vez, emerge da reprodução das relações de produção. Dessa forma, cabe lembrar que a produção do espaço também se verifica na luta de classes, entre quem é hegemônico e quem é hegemonzado, considerando-se que, “com o desenvolvimento das forças produtivas e a extensão da divisão do trabalho, o espaço é manipulado para aprofundar as diferenças de classes” (SANTOS, 2004, p. 32).

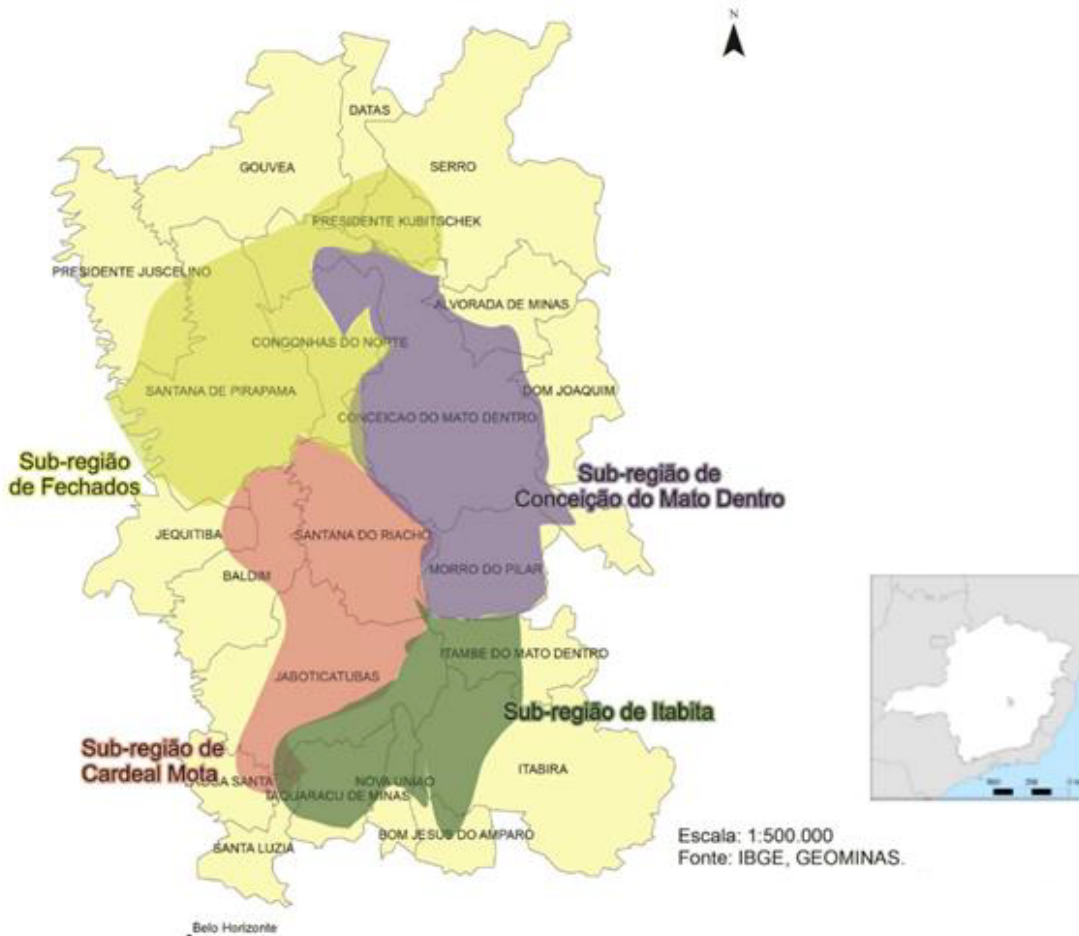
Nesse sentido, têm-se também, na dinâmica de turistificação dos lugares, uma escala com diferentes níveis de interesses e poderes, tanto na produção e consumo do espaço pelo e para o turismo, como na distribuição do lucro e dos benefícios advindos da exploração da atividade turística, sendo a distribuição dos benefícios diretamente proporcional ao poder exercido por cada grupo dentro do funcionamento da atividade.

A Serra do Cipó – Agentes de produção do espaço local

Com o intuito de enriquecer a discussão iniciada nos tópicos anteriores e demonstrar sua manifestação prática, ainda que de forma preliminar, optou-se por identificar e analisar a atuação dos principais agentes produtores do espaço na região turística da Serra do Cipó - MG. Ressalta-se que a análise aqui apresentada foi realizada com base em estudos elaborados anteriormente pelos autores⁴, e que por sua natureza empírica, contribuem sobremaneira para o entendimento das questões suscitadas nesse artigo.

Em razão, sobretudo, da complexa dimensão dessa área, foi possível propor uma configuração sub-regional que corresponde ao reflexo da atividade turística nos diversos municípios que compõem a Serra do Cipó. As quatro sub-regiões aqui identificadas, oriundas a partir das diferentes respostas e dos distintos níveis de organização dos municípios frente ao turismo, estão ilustradas no mapa 1 a seguir. A conformação dessas sub-regiões teve embasamento em análises regionais e locais feitas anteriormente, sendo, portanto, representativa da realidade encontrada na Serra do Cipó. Assim, para cada uma dessas sub-regiões são apresentados os principais agentes produtores do espaço, de modo a entender as distintas dinâmicas que acontecem na Serra do Cipó ao longo dos últimos anos.

Figura 1: As sub-regiões da Serra do Cipó



Fonte: BRAGA, 2011.

Sub-região de Cardeal Mota

Esta é a porção da Serra do Cipó onde a visitação e as transformações são mais intensas e perceptíveis. É, portanto, a sub-região na qual a atuação dos agentes produtores do espaço urbano e turístico se faz presente de modo mais intenso. Formada atualmente pelos municípios de Santana do Riacho, Jaboticatubas, Baldim, Lagoa Santa e Santa Luzia, essa região é considerada por Gontijo (2007) como a “Porta de Entrada”, sobretudo em razão da proximidade com a capital Belo Horizonte. “São exatos 99 km desde a capital do Estado, o que resultou em uma movimentação turística de massa, fruto de uma mistura explosiva: beleza cênica, mercado emissor e acesso rápido. Paralelo à facilitação do acesso, o Parque Nacional da Serra do Cipó (PARNASC) foi implantando e teve sua visitação regularizada, o que só fez aumentar o magnetismo da região” (GONTIJO, 2007, p. 3).

Todavia, essa visitação de massa que aí se verifica acontece, principalmente, nas vizinhanças do PARNASC, uma vez que o IBAMA tem tentado controlar o acesso ao interior da unidade de conservação. Como mostra Gontijo (2007), mesmo considerando o PARNA Serra do Cipó como um ícone central na Serra do Cipó, em termos turísticos, o mesmo não ocupa outra centralidade além da geográfica. Ainda sobre a porta de entrada, Gontijo (2007, p. 3) afirma que “ao sul de Cardeal Mota, a 12 km da MG-10 e já no município de Jaboticatubas, São José da Serra é outra vila que também sente os efeitos da pressão turística, sendo que a campanha de preservação das nascentes do Rio Jaboticatubas é reveladora do grau de susceptibilidade ambiental a que aquele povoado está exposto”.

Ressalta-se que com relação à proposta apresentada por Gontijo (2007) para a “Porta de Entrada”, somaram-se ainda parcelas dos municípios de Lagoa Santa, Santa Luzia e Baldim, devido à forte influência exercida pela Serra do Cipó na sua dinâmica territorial e pelo constante fluxo de pessoas e mercadorias. Outro importante fator de integração dos municípios à Serra do Cipó são as transformações que o turismo gera não apenas nos locais de emissão e de recepção, mas também por onde as pessoas se deslocam.

Com o asfaltamento do trecho da rodovia MG-10, em curso desde 2009, entre Conceição do Mato Dentro e os municípios de Serro e Diamantina, observa-se um aumento do fluxo turístico na região. Ou seja, os turistas deixaram de passar pelas BRs 135 e 259, cujo tráfego é mais intenso e o caminho cerca de 100 km mais distante. Vê-se, portanto, que das previsões para o futuro da Serra do Cipó, um dos cenários projetados por Eplerwood (2007, p. 59) já é uma realidade, ou seja, a Serra se tornou um “destino passivo”, que continua como um destino atrativo para os turistas, porém, sem selecionar seu mercado e com planejamento apenas para curto prazo. “As pressões provocadas pelo turismo de massa e sem planejamento serão facilitadas pelas melhorias de acesso e problemas sociais e ambientais agravados pelo desenvolvimento de atividades econômicas extrativistas, como a mineração”.

Além desse diagnóstico é oportuno mencionar o estudo realizado por Becker (2009) que abordou o processo de modernização do município de Conceição do Mato Dentro e da região do médio espinhaço pela via turística e, também, o “Plano Regional Estratégico em torno de grandes projetos minerários no Médio Espinhaço” elaborado por Barbieri et al. (2014). A ampla pesquisada realizada ao longo do processo de elaboração do Plano, englobou, também, a compreensão das características relacionadas à dinâmica do turismo na região.

Nesse sentido, o avanço das mineradoras em Conceição do Mato Dentro e Morro do Pilar, além das notícias de sondagens em praticamente toda a borda lesta da Serra, contribuem para confirmar as previsões feitas no diagnóstico da Eplerwood (2007). Acertadamente, ainda foram feitas outras previsões para o que, na época, seria o futuro da Serra, especialmente sobre Santana de Riacho, ao afirmar que o município “se tornará um lugar dominado por condomínios e basicamente uma área urbana. Os donos das pousadas poderão vender suas propriedades para os condomínios ou se transformar para atender grupos maiores” (EPLERWOOD, 2007, p. 60). Ainda, segundo esse mesmo autor, vilarejos mais afastados como Lapinha da Serra perdem seu ar bucólico e as paisagens acabam visualmente poluídas pelas construções ilegais. “Nos finais de semana o grande movimento de carros aumentará o risco de acidentes graves de trânsito. A falta de rede e tratamento de esgoto fará com que a qualidade da água piore a cada ano. Furtos e invasões de casas de veraneio também tendem a aumentar” (EPLERWOOD, 2007, p. 59).

A mesma percepção é apontada no diagnóstico que embasou o Plano Regional Estratégico e corroborada por Becker (2009) ao concluir que o conflito entre usos do território, advindos, sobretudo, do embate entre o binômio história/cultura x natureza (fundamento da política pública de turismo e também matéria prima do produto/território turístico) e do estabelecimento do tripé mina-mineroduto-porto (como fundamento da política pública de mineração).

Há que se destacar, também, o contexto político da região, que na visão de Becker (2009), consiste em um dos principais elementos dificultadores para a conformação de propostas que contemplem o fortalecimento do turismo local.

Contudo, o turismo nessa sub-região consiste em uma realidade, e os meios de hospedagem, bares, restaurantes, sinalização turística, além de infraestruturas para facilitar o acesso aos atrativos vem aumentando na região. Boa parte dos atrativos naturais tem seus acessos permitidos via pagamento nos períodos de grande movimento, seguindo uma tendência expansionista nos rumos do asfaltamento da MG-10 e o acesso para a sede de Santana do Riacho.

Os ecoturistas mais radicais, que buscam um contato mais direto com a natureza, já não frequentam essa região como antes – seguem para oeste e norte da Serra abrindo novas frentes de visitação. Hoje o turismo mais praticado é o de balneários, sendo que os aventureiros de outrora foram substituídos por casais e famílias atraídos pelo conforto e facilidades disponíveis. Como contrapartida, os moradores nativos são constantemente ameaçados, sobretudo, pela especulação imobiliária. Sendo assim, muitos deles já venderam suas terras e se deslocaram para regiões mais periféricas, abrindo caminho para empresários e empreendedores investirem na região.

Esse fenômeno se assemelha com aquilo que Luchiari (1997, p. 122) destacou como uma das características territoriais provocadas pelo turismo, ou seja, “a atratividade dos lugares (paisagens naturais e construídas) precisa ser constantemente vendida, então, ela é constantemente recriada, ou melhor, padronizada em estilo, estética e atendimento”. E, desse processo mais importante destaca-se que “em muitos casos, principalmente em relação ao turismo internacional, os atrativos originais da região são suplantados pela própria estrutura oferecida pelo setor”.

Com base no que ocorreu na Serra do Cipó nas últimas décadas, é provável que a porta de entrada da Serra se estenda até Conceição do Mato Dentro e Alvorada de Minas. E, não apenas o fluxo de turistas, mas o parcelamento do solo, a especulação imobiliária e as transformações paisagísticas e sociais tenderão a seguir essa mesma lógica, como já é possível verificar em várias placas e faixas dispostas ao longo dos caminhos que cortam esses municípios.

Diante desse contexto, a sub-região de Cardeal Mota, ou seja, a “porta de entrada” da Serra do Cipó apresenta uma grande diversidade de agentes produtores tanto do espaço urbano quanto do espaço ligado ao turismo. Nota-se que, em muitos casos, esses agentes se sobrepõem. Alguns grupos sociais excluídos do processo turístico, por exemplo, são as próprias comunidades receptoras que, como já foi dito, são constantemente ameaçadas pela especulação imobiliária, gerada, sobretudo, pelos promotores imobiliários.

Da mesma forma, os proprietários dos meios de produção, em geral, não são pessoas nativas do local, uma vez que a lógica do capital ali instalada impôs restrições, mais uma vez, para a participação da comunidade local no processo turístico, sobretudo diante do alto investimento necessário para atender a atual demanda turística. Assim, a inserção desses proprietários passa a ser regulada pelo mercado, em função da crescente demanda por um tipo de turismo diferente do que ocorreu originalmente. Atualmente, essa região atrai turistas que buscam, principalmente, lazer

e descanso nos hotéis e balneários da região. Em geral, esses turistas buscam por meios de hospedagem e opções de alimentação com padrão mais elevado quando comparado às necessidades dos primeiros turistas que visitavam a região. Diante disso, os promotores do turismo atuam de modo a satisfazer as necessidades desses turistas, assim como o Estado, que atua, muitas vezes, no sentido de regular a atividade turística de modo a atender, principalmente, aos turistas que para lá se direcionam.

Sub-região de Itabira

Inicialmente denominada de “Porta dos Fundos” por Gontijo (2007), essa região situa-se na vertente oeste da Serra do Espinhaço, quando comparado com a primeira sub-região – Cardeal Mota. Importante ressaltar aqui que Itabira é um importante polo emissor e receptor para a vertente leste da Serra. Outro fato já reconhecido se refere ao fato da identidade da Serra do Cipó estar presente em Itabira apenas na sua área serrana localizada na porção oeste do município.

O projeto Estrada Real trouxe ao final da década de 1990 e início dos anos 2000 um grande impulso para o turismo em toda a vertente leste, especialmente para os distritos da Cabeça do Boi (Itambé do Mato Dentro), Ipoema e Serra dos Alves (Itabira) onde o turismo, mesmo que recente, já se tornou uma realidade.

Sendo assim, a sub-região de Itabira é uma área que já sofre a pressão da visitação turística, mas com sua paisagem ainda pouco alterada pelo fenômeno turístico, como os municípios de Taquaraçu de Minas, Nova União, Itabira, Bom Jesus do Amparo e Itambé do Mato Dentro. Em estudo sobre a Serra do Cipó, Ferreira e Gontijo (2007), referindo-se a uma porção do território da Serra do Cipó análoga a sub-região proposta, afirmam que apesar de ter trazido um impulso inédito para o turismo nessa vertente da Serra, os projetos do Instituto Estrada Real ainda não foram suficientes para consolidar a atividade turística. Muito foi investido em divulgação, e houve um investimento também em sinalização turística, todavia, ainda não foi suficiente para abrir totalmente essa porta da Serra para o turismo. Um exemplo disso são os municípios de Nova União e Taquaraçu de Minas – apesar de ambos estarem próximos a Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH) – cerca de 90 Km, via BR-262, uma das mais movimentadas de Minas Gerais –, o turismo praticamente não acontece nesses dois municípios.

A compra de terrenos para serem utilizados como segunda residência, fenômeno já destacado e de âmbito regional na Serra do Cipó, trouxe para essa porção da Serra o fechamento de vários atrativos naturais. Historicamente voltada para a mineração e pecuária, não se percebe, sobretudo por parte dos moradores, a vontade de mudar essa realidade. As placas que proíbem o acesso aos atrativos são apenas uma pequena amostra de tantas outras vistas entre Taquaraçu de Minas e Nova União. Nesse ponto, nota-se uma clara diferença entre o tipo de placas encontradas entre essa sub-região e a sub-região de Cardeal Mota, uma vez que os dizeres nas primeiras não são convidativos para os turistas.

A possibilidade de que Conceição do Mato Dentro polarizasse o turismo na vertente leste, como afirma Gontijo (2007), ainda não aconteceu na intensidade esperada, uma vez que essa vertente ainda sofre grande influência de Itabira. Importante destacar que Morro do Pilar, em razão de outros alinhamentos com Conceição do Mato Dentro, foi deslocado dessa sub-região para o que seria a “Porta Entreaberta”, que será apresentada adiante.

No aspecto de integração regional, o PARNASC funciona como uma barreira, pois impede a circulação entre uma vertente e outra da Serra. Um reflexo disso é que o público de Belo Horizonte, de onde vem a maioria dos visitantes da região, se concentra nas vertentes sul e oeste, onde o acesso é mais fácil. Na porção leste observa-se o predomínio do público de Itabira.

É notório, no que diz respeito ao potencial turístico, que essa sub-região possui um grande potencial para a visitação. Entretanto, a falta de interesse dos proprietários de permitir a visitação dos atrativos, como a Cachoeira da Colônia em Nova União, por exemplo, permite que locais como esse seja destino de parte do esgoto municipal. O grande potencial de povoados como Serra dos Alves, Cabeça de Boi e Altamira deixa clara a possibilidade de que a realidade local mude quando novas portarias do PARNASC forem implantadas, uma vez que já está previsto em seu Plano de Manejo uma portaria em Serra dos Alves.

Embora a atuação dos agentes produtores do espaço ainda aconteça de forma menos intensa nessa sub-região, principalmente quando comparado com a sub-região de Cardeal Mota, tal fato não diminui os efeitos da atuação desses agentes sobre o território. A forte ação das mineradoras, por exemplo, que muitas vezes limita o acesso de moradores e turistas a determinados locais, demonstra o alto grau de intervenção sobre essa região, causando impacto, inclusive, na forma como a atividade turística acontece nos locais em questão, já que, a princípio, são duas práticas conflitantes. A especulação imobiliária gerada pelo alto investimento por parte desses empreendimentos minerários, e a conseqüente venda de terrenos pelos moradores locais, pode revelar a dificuldade desses últimos em confrontar a lógica capitalista imposta pelos detentores dos meios de produção, bem como também, revelar a forma como a comunidade local é excluída desse processo. Ainda, a atuação do Estado muitas vezes se limita a regulação e controle da atividade turística no interior do PARNASC, no restante da região, o turismo acontece regulado pelo mercado, ficando a mercê da atuação de planejadores e dos proprietários dos meios de produção, capazes de competir no mercado, e pela demanda turística cada vez mais crescente.

Sub-região de Conceição do Mato Dentro

A Sub-região de Conceição do Mato Dentro, denominada por Gontijo (2007) como a “Porta do Futuro”, engloba os municípios de Morro do Pilar e Conceição do Mato Dentro, ambos localizados a nordeste do PARNASC.

Tradicional rota de peregrinações, Conceição do Mato Dentro teve seu acesso pela MG-10 pavimentado apenas no ano de 2004, fato que, por si só, é um forte indutor de transformações espaciais. Não bastasse esse fato, Conceição traz consigo uma importância histórica e está situada num ponto estratégico no que diz respeito a convergências turístico-espaciais, ou seja, possui grande extensão territorial; está a meio caminho do trecho da Estrada Real entre Ouro Preto e Diamantina; é atalho para quem chega de Belo Horizonte e quer conhecer o outro lado da serra do Cipó; possui uma série de potencialidades turístico-paisagísticas capitaneadas pela maior cachoeira de Minas, qual seja, a do Tabuleiro (GONTIJO, 2007).

O município de Conceição do Mato Dentro tende a ser o grande polo dessa sub-região. Além da travessia mais conhecida e praticada da Serra do Cipó, ou seja, “Lapinha (Santana do Riacho) – Tabuleiro (Conceição do Mato Dentro)”, outra travessia, que parte do Cemitério do Peixe (Conceição do Mato Dentro) até o povoado de Fechados, (município de Santana do Pirapama), começa a se popularizar e reflete a pressão do turismo na sub-região.

A implantação da sede do Parque Estadual da Serra do Intendente, além do asfalto e abertura de um grande número de pousadas e restaurantes, fez com que Conceição do Mato Dentro tivesse um aumento gradativo do número de visitantes e revela que, assim como o que

se observa na Sub-região de Cardeal Mota, “o fetiche da mercadoria “turismo” ou natureza comercializada é ainda mais acentuado que em outras mercadorias de consumo coletivo. Porque o que parece que é vendido é a natureza, quando o que é vendido é a qualidade do hotel, a forma de transporte” (RODRIGUES, 1999, p. 56). Nessa lógica, Ouriques (2005) aponta o turismo como uma nova forma de inserção das áreas periféricas no momento atual do capitalismo mundial que, como já exposto, é expansionista.

Outro fato importante nessa sub-região é a recente presença de grandes projetos para mineração de ferro. Além do processo de entreabrir-se para o turismo, é em Conceição do Mato Dentro e Morro do Pilar onde acontecem nos dias atuais os mais acentuados processos de mudanças em aspectos como criação de acessos, mudança na posse da terra e de direcionamento da economia local, que mudou da produção agrícola para a prestação de serviços no turismo ou para o trabalho em mineradoras.

Assim como nas demais sub-regiões, nota-se uma forte atuação dos agentes de produção do espaço urbano e dos agentes ligados ao turismo na Sub-região de Conceição do Mato Dentro. Essa região vem sofrendo mais recentemente os efeitos gerados pela inserção da atividade minerária, que vem imprimindo uma lógica do capital que exclui grande parcela da população desse processo, sobretudo, por meio da forte especulação imobiliária. Pode-se dizer que a inserção dessa atividade, bem como da atividade turística nessa região, vem aos poucos transformando a vida da comunidade. Com relação ao turismo, a comunidade receptora vai aos poucos perdendo espaço para os proprietários dos meios de produção, uma vez que não possuem condições, principalmente econômicas, para competir com tais agentes.

Sub-região de Fechados

Essa última sub-região é formada pelos municípios de Congonhas do Norte, Santana de Pirapama, Jequitibá, Presidente Juscelino e Presidente Kubitschek, com áreas ainda pouco visitadas e mais distantes da MG-10, de Cardeal Mota e da sede do PARNA da Serra do Cipó.

Essa pouca integração com a MG-10 e com Cardeal Mota se justifica em razão, principalmente, da falta de pavimentação das vias de acesso até essa sub-região. A maior parte dos visitantes desta sub-região vem de Sete Lagoas, município que não consegue gerar sozinho fluxo de visitantes suficiente para causar grandes impactos. Com o acentuado grau de urbanização que as áreas mais visitadas sofreram, esta borda a Serra começa a despertar o interesse dos viajantes mais aventureiros.

Essa questão já foi abordada por Ouriques (2005, p. 56), quando o autor afirma que o turismo “se caracteriza pelo uso efêmero do território, num processo contínuo de desterritorialização e reterritorialização”. Esse autor destaca ainda que o turismo valoriza uma determinada paisagem sem que haja necessariamente uma intervenção para a produção espacial, pois “pode não haver nenhuma transformação direta do território, mas há uma apropriação direta e/ou indireta e uma “produção espacial”, simbólica – a beleza “natural”, ou cultural” (OURIQUES, 2005, p. 85).

Esse processo de valorização já existe na Sub-região de Fechados, pois já se observa o início de um processo de visitação semelhante ao das outras sub-regiões e que, possivelmente, trará impactos futuros similares. No povoado de Fechados, por exemplo, mesmo não existindo áreas de campings, os visitantes já utilizam as margens do Córrego Fechados para esse fim. Adotando a regionalização proposta para esse trabalho, Lopes (2010) concorda com o fato de que existe nessa sub-região atratividade comparada com as áreas mais visitadas da Serra do Cipó. Para esse autor, os motivos para a pouca visitação são outros como a falta de acessos e infraestrutura, incluindo falta de infraestrutura turística e de sinalização, por exemplo.

Pode-se citar como exemplo a Cachoeira dos Inhames dentre os vários atrativos existentes em Congonhas do Norte e Santana do Pirapama. Com o recente processo de pavimentação do trecho entre Cardeal Mota e a sede Santana de Riacho, haverá uma grande facilitação para o acesso a essa sub-região sendo que o povoado dos Inhames deverá ser o primeiro a sofrer a pressão exercida pelos visitantes. Ainda, em Congonhas do Norte existem vestígios da Estrada Real, assim como sítios arqueológicos que, juntamente com alguns poços e cachoeiras, reforçam a potencialidade turística da sub-região. Nesse sentido, os conflitos relacionados ao turismo nessa sub-região são ainda praticamente inexistentes, no entanto, já ocorrem impactos da ação humana no espaço de um modo geral, como queimadas e poluição dos cursos d'água, que podem futuramente comprometer o aproveitamento do potencial turístico da sub-região (LOPES, 2010).

O público de Sete Lagoas não é grande o suficiente para causar grandes mudanças na sub-região, mas a provável facilidade de acesso no futuro possibilitará que os visitantes originados de Belo Horizonte acessem a área mais facilmente. O mesmo vale para Jequitibá, município onde o turismo praticamente não acontece. Sobre os outros dois municípios da sub-região – Presidente Kubitschek e Presidente Juscelino, a realidade é a mesma, sobretudo diante do pouco destaque dos referidos municípios no Circuito dos Diamantes, conforme afirma Freitas (2008).

Pode-se especular que o tipo de público alvo, para quem o município de Presidente Kubitschek direciona sua divulgação, seja o mesmo que frequenta a área core da Serra do Cipó. De maneira geral, concorda-se com Gontijo (2007, p. 181), sobre como se dá o processo deflagrado pela chegada dos primeiros visitantes, pois “apenas o fato de chegar a locais antes inacessíveis, ou completamente ermos, já implica numa transformação desses lugares. Inútil tentar “mantê-los em segredo”, o máximo que tem sido feito é criar mecanismos de proteção e/ou controle do acesso”. Todavia, na prática essa “proteção” resulta numa restrição de acesso ou à elitização do mesmo. Ainda de acordo com Gontijo (2007), como a Serra do Cipó está repleta de destinações com diferentes graus de acessibilidade, pode-se sugerir que haverá a continuidade de um processo inexorável de expansão da atividade turística.

A ação dos agentes produtores do espaço nessa sub-região se faz presente, principalmente, com a pressão que começa a ser feitas pelos turistas e pelo Estado que, ao se ausentar, contribui para o desenvolvimento não planejado da atividade turística. Percebe-se, portanto, que tanto nessa sub-região como nas demais, é provável que o mesmo ciclo insustentável de transformações provocadas pelo turismo se perpetue ao longo da Serra do Cipó.

A produção do espaço: um paralelo entre a cidade capitalista e a atividade turística

Apresentado o conjunto de agentes que atuam na produção do espaço urbano ou na produção do espaço para e pelo o turismo, observou-se que, segundo Molina (2007), a produção do espaço pode ser compreendida como uma consequência das relações entre processos econômicos, políticos, sociais, que apresentam uma manifestação espacial. Também pode ser entendida como a complexa articulação entre um sistema de objetos e um sistema de ações que se geografizam no espaço, que está em constante movimento de transformação e ligado à ideia de processo social e histórico.

Em ambos os casos, a atuação dos agentes não se dá de forma isolada, mas ocorrendo em conjunto, seja no processo de produção concreta de um bairro residencial ou de um distrito industrial, assim como no desenvolvimento do turismo em uma determinada localidade, como no caso da Serra do Cipó, em Minas Gerais. Levando-se em consideração essa condição, a desigualdade socioespacial, segundo Delcol (2012, p. 9), consiste em um processo amplo e complexo, que se relaciona à "apropriação ordenada segundo a lógica capitalista do espaço, devido a uma série de fatores que incluem a ausência de renda e a concentração de terra e de privilégios, geradores da pobreza generalizada e do alto grau de desigualdades sociais".

5 Cita-se como exemplo emblemático desse tipo de experiência o trabalho realizado por Mendonça (2004), intitulado Turismo e participação comunitária: 'Prainha do Canto Verde, a "Canoa" que não quebrou e a "Fonte" que não secou?'

É oportuno observar que os agentes urbanos ou do turismo produzem diferentes espaços para diferentes clientelas. Contudo, é necessário refletir sobre as condições que estes agentes desempenham seu papel, sendo, conforme já mencionado, uma reprodução das relações entre os grupos sociais na disputa pela aglomeração de capital, que no cotidiano de sua reprodução social, reproduzem-se também os diferentes momentos da relação entre as classes sociais e, de modo mais ampliado, a produção do espaço (DELCOL, 2012).

No entanto, apesar da atuação simultânea desses agentes, haveria entre eles, de forma clara, uma escala de influência na produção e consumo dos espaços. Valendo-se dessa afirmação, questiona-se agora qual seria a correspondência entre os agentes que estão presentes nas dinâmicas de produção do espaço, tanto na cidade capitalista, como no desenvolvimento do turismo.

A fim de possibilitar uma melhor visualização desses agentes e da relação entre eles, tanto dentro de cada dinâmica, quanto entre ambas, o quadro 1 abaixo representa o grupo dos agentes atuantes nos respectivos processos de produção do espaço e a possível correspondência entre eles, levando-se em consideração a dominância dos interesses defendidos por cada um desses agentes. Outro traço que buscou-se demonstrar a partir da relação estabelecida no quadro abaixo foi o grau de predomínio exercido por cada agente, dispostos segundo a escala de predominância do maior (nível superior) ao menor (nível inferior).

Em relação à correspondência estabelecida entre ambos os grupos, passível de diversas leituras, observou-se que, com exceção dos grupos sociais excluídos e da comunidade receptora, todas as demais equivalências apresentam papel similar desempenhado no processo de conformação do espaço urbano e na produção de espaços para o turismo.

A correlação estabelecida entre os grupos sociais excluídos e a comunidade receptora não pode ser tomada como totalmente correspondente, apesar de invariavelmente a comunidade local ocupar a margem dos processos de desenvolvimento do turismo. Isso se deve a algumas experiências como, por exemplo, casos bem sucedidos de turismo comunitário, nos quais a comunidade receptora desempenhou um papel de destaque no planejamento e gestão do turismo⁵.

Assim, no que se refere à predominância exercida por um agente ou um grupo de agentes na produção do espaço, observou-se, em ambos os processos, que essa era determinada por agentes que detinham os meios de produção, ou seja, grupos que possuíam meios suficientes para investir e se apropriar de um determinado espaço, no intuito de comercializá-lo. Portanto, conforme ressalta Delcol (2012), apesar dos diferentes agentes sociais viverem em constante disputa pelo domínio do espaço, apenas alguns conseguem exercê-lo de fato ou concretamente. Por fim, há que se ponderar que nem sempre haverá uma correspondência direta na correlação entre os agentes presentes em ambos os processos, por se tratar de dinâmicas diferentes, que envolvem atores e interesses distintos. Portanto, o esforço aqui realizado configura-se, sobretudo, em uma aproximação conceitual dos processos de produção do espaço urbano e pelo/para o turismo, tendo por intuito principal estabelecer um paralelo entre os agentes e evidenciar a correspondência entre as dinâmicas estudadas.

Quadro 1: Possível paralelo entre os agentes que atuam na produção da cidade capitalista e na produção de espaços pelo e para o turismo

Possível paralelo entre os agentes que atuam na produção da cidade capitalista e na produção de espaços pelo e para o turismo	
AGENTES DE PRODUÇÃO DA CIDADE CAPITALISTA	AGENTES DE PRODUÇÃO PELO E PARA O TURISMO
Proprietários dos meios de produção, sobretudo grandes industriais	O mercado (representado pelo ramo empresarial da atividade turística)
Os proprietários fundiários	Próprios turistas (a presença dos mesmos define o lugar turístico e toda a produção é direcionada às suas exigências)
Os promotores imobiliários	Os planejadores e promotores territoriais
O Estado	O Estado (através das políticas públicas de turismo, políticas urbanas e ambientais)
Os grupos sociais excluídos	Comunidade receptora (representada pelos moradores locais, que direta ou indiretamente são afetados pela exploração do turismo)

Considerações Finais

A atuação dos agentes modeladores do espaço urbano e de agentes que atuam na turistificação dos lugares para seu posterior consumo, apesar de suas devidas peculiaridades, ocorre cotidianamente, submetidas à lógica imposta por uma sociedade que produz seu espaço, prioritariamente voltado para seu consumo e em função de seu valor de troca. Nesse contexto, haveria, entre os agentes que atuam na conformação do espaço, seja ele urbano ou turístico, um claro embate de interesses e uma bem delimitada escala de forças, que percorre verticalmente os diferentes agentes, segundo o grau de predominância exercido por cada um.

Essa ação pôde ser ilustrada pela análise da ação espacial da atividade turística na Região da Serra do Cipó e na formação das diferentes sub-regiões resultantes da ação modeladora do espaço exercida pelo turismo. Tornou-se claro, por meio da discussão realizada, a complexidade e ao mesmo tempo a correspondência entre ambos os processos, evidenciando a importância de se compreender de forma clara quais agentes produzem o espaço.

Cabe ressaltar, no entanto, que o esforço aqui realizado consiste em apenas um ponto de partida na tentativa de aprofundar os estudos em torno do turismo, chamando a atenção para sua potencial capacidade de organizar e reorganizar os territórios à sua conveniência, no intuito de criar condições para que o mesmo possa ocorrer.

Referências Bibliográficas

- BARBIERI, A. F. (Coord.). Plano regional estratégico em torno de grandes projetos minerários no Médio Espinhaço. Produtos 1 a 5, lote 2. Belo Horizonte: Cedeplar/ufmg, 2014.
- BECKER, Luzia C. Tradição e modernidade: o desafio da sustentabilidade do desenvolvimento na Estrada Real. 2009. 405 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) ± Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.
- BRAGA, S. S. A Região da Serra do Cipó: complexidade, tempo e turismo. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.
- CARLOS, A.F.A. O Espaço Urbano. (Novos escritos sobre a cidade). São Paulo: Contexto, 2004.
- CARLOS, A.F.A. O consumo do espaço. In: CARLOS, Ana Fani A. (org.) Novos caminhos da geografia. São Paulo: Contexto, 1999. p. 173-186.
- CASTELLS, M. A questão urbana. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- CORRÊA, R.L. O espaço urbano. São Paulo: Ática, 1989.
- CRUZ, R.C.A. Introdução à geografia do turismo. São Paulo: Roca, 2001.
- DELCOL, R. F. R. O papel dos agentes sociais na produção e (re)produção do espaço urbano. In: Encontro Nacional de Geógrafos, 2012, Belo Horizonte. XVII Encontro Nacional de Geógrafos, ENG, 2012.
- GONTIJO, B.M. As portas abertas da serra do Cipó – Cadernos Manuelzão, ano 2, n° 3. Belo Horizonte, 2007.
- GOTTDIENER, M. A produção social do espaço urbano. São Paulo: Edusp, 1993.
- EPLERWOOD INTERNATIONAL. Diagnóstico de Turismo de Natureza – Destino Serra do Cipó – Estrada Real. Minas Gerais, Brasil, 2007. Disponível em <www.eplerwood.com>.
- ELICHER, M.J. Produção do espaço turístico. Vol.01. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2012.
- FERREIRA, R.A.; GONTIJO, B.M. Trekking: da aventura à possibilidade de desenvolvimento do Ecoturismo: Um olhar sobre duas travessias na Serra do Cipó/MG. In: Anais do 2º Encontro Interdisciplinar de Ecoturismo em Unidades de Conservação/Congresso Nacional de Ecoturismo. Itatiaia RJ, 2007.
- FRATUCCI, A.C. Os processos de turistificação do espaço e a atuação dos seus agentes produtores. João Pessoa, X ENTBL, 2007.
- FREITAS, C.L. Turismo, política e planejamento - Estudo do Circuito Turístico do Diamante no Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.
- KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, Adyr A. B. (org) Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: HUCITEC, 1996. p. 62-74.
- LEFEBVRE, H. The production of space. Oxford: Blacwell. 3ª edição Língua inglesa, 1993.
- LIMONAD, E. Reflexões sobre o espaço, o urbano e a urbanização. Geographia, Niterói, v. I, n. I, 1999. p. 71-91.
- LOPES, L.B. Análise da dinâmica sócio-espacial de Fechados, distrito de Santana do Pirapama, sob a ótica do turismo. Monografia de conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.
- LUCHIARI, M.T. Turismo e cultura no litoral caçara no litoral Norte paulista. In: Rodrigues, Adyr B. (Org.). Turismo, modernidade e globalização. São Paulo: Hucitec, 1997.
- MENDONÇA, T.C.M. Turismo e Participação comunitária: ‘Prainha do Canto Verde a “Canoa” que não quebrou e a “Fonte” que não Secou?’. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidade e Ecologia Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.
- MOLINA, F.S. Turismo e produção do espaço: o caso de Jericoacoara, CE. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.
- OMT, Organização Mundial do Turismo. Introdução ao turismo. São Paulo: Roca, 2001.
- OURIQUES, H.R. A produção do Turismo: fetichismo e dependência. Campinas: Alínea, 2005.
- RODRIGUES, A.B. Turismo: impactos socioambientais. São Paulo: Hucitec, 1999.
- SANTOS, B.S. Produzir para viver. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. SANTOS, M. Metamorfoses do espaço habitado. Paulo: Hucitec, 2008.
- SANTOS, M. Pensando o espaço do homem. São Paulo: EDUSP, 2004.
- SOJA, E. W. A Dialética Sócio-espacial. In: Geografias Pós-modernas. Ed. Jorge Zahar, 1993
- TOPALOV, C.. La urbanization capitalista: algunos elementos para su análisis. México: Editorial Edicol México. Cap.1, 1979. p. 15-35.