



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – UNEB
Departamento de Ciências Exatas e da Terra I
Programa de Pós-Graduação em Estudos Territoriais (PROET)

JOÃO PEDRO COSTA CERQUEIRA

O CAPITAL INTERNACIONAL COMO AGENTE SOCIAL PRODUTOR DO ESPAÇO URBANO:
O ESTUDO DE CASO DE PRAIA DO FORTE – BAHIA

Salvador / Bahia

2022



JOÃO PEDRO COSTA CERQUEIRA

**O CAPITAL INTERNACIONAL COMO AGENTE SOCIAL
PRODUTOR DO ESPAÇO URBANO:
O ESTUDO DE CASO DE PRAIA DO FORTE – BAHIA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos Territoriais (PROET), Linha de Pesquisa “Processos Territoriais e Dinâmica Urbano-Regional”, do Departamento de Ciências Exatas e da Terra I, como requisito final para obtenção do título de mestre em Estudos Territoriais pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB).

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Ednice de Oliveira Fontes Baitz

Salvador / Bahia

2022

FOLHA DE APROVAÇÃO

JOÃO PEDRO COSTA CERQUEIRA

O CAPITAL INTERNACIONAL COMO AGENTE SOCIAL PRODUTOR DO ESPAÇO URBANO: O ESTUDO DE CASO DE PRAIA DO FORTE – BAHIA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos Territoriais (PROET), Linha de Pesquisa “Processos Territoriais e Dinâmica Urbano-Regional”, do Departamento de Ciências Exatas e da Terra I, como requisito final para obtenção do título de mestre em Estudos Territoriais pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB).

Banca examinadora:



Prof. Dra. Ednice de Oliveira Fontes Baitz

Prof.(a) Dr.(a) Ednice de Oliveira Fontes Baitz
Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC
Orientador(a) Presidente



Prof.(a) Dr.(a) Liliane Ferreira Mariano da Silva
Universidade do Estado da Bahia -
UNEB
Examinador(a) Interno(a)



Prof.(a) Dr.(a) Marília Moreira Cavalcante
Universidade Federal de Sergipe - UFS
Examinador(a) Externo(a)

AGRADECIMENTOS

Inicialmente gostaria de agradecer a todos, aos bons e aos maus exemplos que, de certa forma, me mostraram qual caminho eu devo seguir.

Agradeço aos meus pais, Marcia Cristina Costa Cerqueira e João Paulo Souza Cerqueira, por terem me gerado e por terem contribuído com minha educação, principalmente à minha mãe, Marcia Cristina, que sempre esteve ao meu lado nos desafios da vida, dando-me todo o suporte necessário às minhas conquistas.

À minha madrinha, Sandra Maria Cerqueira de Jesus, que sempre esteve ao meu lado, principalmente quando o assunto foi a minha educação, me apoiando e sempre dando-me suporte neste quesito.

Ao meu irmão Raphael Costa Cerqueira por “encher o meu saco”, tornando minha vida ainda mais divertida e prazerosa. Ao meu primo José Américo por me ouvir quando eu tive que desabafar. Ao meu avô João Carlos por me ajudar muito durante a vida.

À minha família como um todo (primos e primas, tios e tias, avós e avós) pois, sem eles, talvez eu não estivesse aqui cumprindo mais esta etapa da minha vida.

À minha, extremamente paciente e atenciosa, orientadora Ednice de Oliveira Fontes Baitz que muito me ajudou na confecção deste trabalho.

Ao meu melhor amigo e parceiro de vida, Mayesk Alves Rocha, que me ajudou muito no processo de conclusão deste trabalho, bem como em diversos desafios da vida, sempre estando ao meu lado nos bons e maus momentos, suportando-me, orientando-me e divertindo-se junto a mim.

Aos meus fabulosos (e doidos) amigos Amanda Pinheiro Dória, Ana Vitória Braga e Elton Andrade por viverem os melhores momentos do meu período como mestrando e por tanto me ajudarem na conclusão deste trabalho. Meu muito obrigado!

À banca de avaliação, composta pelas Dr^a. prof^a. Ednice de Oliveira Fontes Baitz, Dr^a. prof^a. Liliane Ferreira Mariano da Silva e a Dr^a. prof^a. Marília Moreira Cavalcante pelas valiosas dicas que me ajudaram a melhorar ainda mais este trabalho.

Gostaria de agradecer a todos, sem exceção, pois acredito que cada um, direta ou indiretamente, influenciou para minha formação como cidadão.

CERQUEIRA, João Pedro Costa. **O CAPITAL INTERNACIONAL COMO AGENTE SOCIAL PRODUTOR DO ESPAÇO URBANO: O ESTUDO DE CASO DE PRAIA DO FORTE – BAHIA**. 82f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Estudos Territoriais – PROET. Departamento de Ciências Exatas e da Terra I. Universidade do Estado da Bahia – UNEB, Salvador, 2022.

RESUMO

A área urbana isolada de Praia do Forte sofreu intensas modificações socioespaciais desde sua venda ao engenheiro paulista Klaus Peters, na década de 1970. O espaço, outrora funcionando como uma bucólica vila de pescadores, passou a abrigar grandes resorts e condomínios de alto padrão ao longo do tempo, transformando-se em um dos principais destinos turísticos do estado da Bahia. Praia do Forte está inserida numa área protegida, pioneira na incorporação do planejamento socioespacial à dimensão ambiental. Este trabalho tem como objetivo central compreender como se dá a atuação do capital internacional na produção de espaços da Praia do Forte e se é possível caracterizá-lo como um novo agente social produtor do espaço urbano. A pesquisa apoia-se em um método de propriedade descritiva e exploratória pois trata-se de caracterizar a atuação do capital internacional na produção do espaço urbano, trazendo, como objeto deste estudo de caso, a área urbana isolada de Praia do Forte. Quanto à abordagem, esta é uma pesquisa qualitativa, uma vez que são discutidos e expostos aspectos de natureza subjetiva e interpretativa; a discussão dos conceitos trazidos no referencial teórico deste projeto se faz presente em todo seu decorrer, as ações dos agentes produtores do espaço são avaliadas de forma discursiva, exigindo um elevado grau de criticismo. Através dos processos metodológicos expostos foi possível exemplificar os meios pelos quais o capital internacional agiu na produção do espaço urbano em Praia do Forte através da interação com os demais agentes sociais produtores do espaço. A ação do capital internacional em Praia do Forte se deu por intermédio de megaempresas e megaentidades que vislumbraram a localidade como um potencial reprodutor de seus capitais, investindo e reinvestindo capital na forma de dinheiro a fim de lucrar com a imagem criada do local que, historicamente e através da atuação do Estado, dos proprietários fundiários e dos promotores imobiliários, ganhou aspectos atratores para o setor turístico e imobiliário, transformando-se em um pólo receptor de capital internacionalizado.

Palavras-chave: Capital internacional. Espaço urbano. Agentes sociais produtores do espaço urbano. Praia do Forte.

CERQUEIRA, João Pedro Costa. THE INTERNATIONAL CAPITAL AS SOCIAL AGENCY PRODUCER OF URBAN SPACE: THE CASE STUDY OF PRAIA DO FORTE – BAHIA. 81f. THESIS (MASTER'S DEGREE). POSTGRADUATED PROGRAM IN TERRITORIAL STUDIES – PROET. DEPARTMENT OF EXACT AND EARTH SCIENCES I. STATE UNIVERSITY OF BAHIA – UNEB, SALVADOR, 2022.

ABSTRACT

The isolated urban area of Praia do Forte has undergone intense socio-spatial changes since its sale to an engineer from São Paulo, Klaus Peters, in the 1970s. The space, once functioning as a bucolic fishing village, began to house large resorts and high-end condominiums over time, becoming one of the main tourist destinations in the state of Bahia. Praia do Forte is located in a protected area, a pioneer in the incorporation of socio-spatial planning to the environmental dimension. The main objective of this work is to understand how international capital acts in the production of spaces in Praia do Forte and if it is possible to characterize it as a new social agent that produces urban space. The research is based on a descriptive and exploratory property method, since it is about characterizing the performance of international capital in the production of urban space, bringing, as the object of this case study, the isolated urban area of Praia do Forte. As for the approach, this is a qualitative research, since aspects of a subjective and interpretative nature are discussed and exposed; the discussion of the concepts brought in the theoretical framework of this project is present throughout its course, the actions of the agents producing the space are evaluated in a discursive way, demanding a high degree of criticism. Through the methodological processes exposed, it was possible to exemplify the means by which international capital acted in the production of urban space in Praia do Forte through interaction with other social agents that produce space. The action of international capital in Praia do Forte took place through mega-companies and mega-entities that saw the location as a potential reproducer of their capital, investing and reinvesting capital in the form of money in order to profit from the image created of the place that, historically, and through the action of the State, landowners and real estate developers, it gained attractive aspects for the tourist and real estate sector, transforming itself into a receiving pole of internationalized capital.

Keywords: International capital. Urban space. Social agency producer of urban space. Praia do Forte.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa de localização da Fazenda Praia do Forte – BA	29
Figura 2 - Mapa dos setores censitários de Praia do Forte - IBGE / 2010	30
Figura 3 – Tivoli Ecoresort Praia do Forte	31
Figura 4 - Mapa dos códigos dos setores censitários exclusivos de Praia do Forte - Distrito de Açú da Torre, Mata de São João / BA	33
Figura 5 - Antiga entrada da vila de pescadores	40
Figura 6 - Master Plan da Praia do Forte	43
Figura 7 - Mapa das zonas turísticas da Bahia	46
Figura 8 - Empreendimentos da Iberostar em Praia do Forte / BA	49
Figura 9 - Folheto publicitário do empreendimento Piscinas Naturais Praia do Forte	59
Figura 10 - Empreendimentos imobiliários construídos e (ou) incorporados por empresas de capital internacional em Praia do Forte	61
Figura 11 - Núcleo central de Praia do Forte em 1976 – 2002	67
Figura 12 - Praia do Forte em 1991 – 2010	68
Figura 13 - Mapa do espraiamento da ocupação urbana de Praia do Forte – BA ..	71
Figura 14 - Padrões construtivos: do tradicional ao moderno	72

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Serviços disponíveis em Praia do Forte e seus respectivos números de funcionários contratados	35
Tabela 2 - Número de visitantes na alta temporada (destaque para os meses de verão) e feriados prolongados por tipo de empreendimento / serviços em geral em Praia do Forte / BA	36

Sumário

1. APRESENTAÇÃO	14
2. INTRODUÇÃO	16
3. METODOLOGIA	16
4. FUNDAMENTAÇÃO TEORICA	18
4.1. Espaço geográfico e espaço urbano, da conceituação à sua produção.....	21
4.2. Os agentes sociais produtores do espaço urbano.....	24
4.3. O capital internacional.....	28
5. ANÁLISE DA ORGANIZAÇÃO ESPACIAL DE PRAIA DO FORTE	30
6. POLÍTICAS PÚBLICAS, AGENTES SOCIAIS PRODUTORES DO ESPAÇO EM PRAIA DO FORTE E SUA ARTICULAÇÃO COM O CAPITAL INTERNACIONAL	42
7. EMPRESAS E INSTITUIÇÕES DE CAPITAL INTERNACIONAL QUE ATUAM EM PRAIA DO FORTE	57
8. IMPLICAÇÕES SOCIOESPACIAIS DECORRENTES DOS INVESTIMENTOS DO CAPITAL INTERNACIONAL EM PRAIA DO FORTE	68
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
REFERÊNCIAS	81

APRESENTAÇÃO

A presente dissertação está estruturada em seis capítulos. Na Introdução foi feita uma abordagem acerca dos temas mais relevantes desta pesquisa, contextualizando-os e problematizando-os para que fosse possível discuti-los de forma mais aprofundada; assim, a Introdução também expõe os objetivos que fundamentam este trabalho.

O primeiro capítulo, consta da metodologia utilizada para realização deste trabalho, na qual buscou-se delinear os caminhos que foram percorridos para atingir os objetivos e encontrar respostas para as questões a fim de que fosse possível elucidar ao leitor das abordagens metodológicas que fundamentaram esta pesquisa.

O segundo capítulo aborda os conceitos estruturantes para a realização deste trabalho, traduzindo-se, assim, num referencial teórico conceitual no qual são discutidos os conceitos de espaço e espaço urbano, bem como a produção deste espaço urbano, os agentes sociais que o produzem, bem como o conceito do capital internacional e demais terminologias que o ajudem a ser explicado.

No terceiro capítulo foi feito um compilado de informações que se propõe a caracterizar aspectos geoambientais e demográficos do objeto de estudo: a área urbana isolada de Praia do Forte.

O quarto capítulo intitulado “Políticas Públicas, agentes sociais produtores do espaço em praia do forte e sua articulação com o Capital Internacional”, faz-se uma contextualização dos marcos históricos que contribuíram para a formação de Praia do Forte como destino turístico internacionalmente conhecido a fim de que seja possível exemplificar as políticas públicas que perpassaram por iniciativas provindas ,do capital internacional em Praia do Forte, suas propostas, seus projetos e acordos que se concretizaram em políticas públicas através do financiamento e(ou) atuação direta de empresas de capital internacional. Através disto, foi possível tratar de como se deu a articulação do capital internacional com os principais agentes sociais produtores do espaço urbano atuantes em Praia do Forte.

No quinto capítulo, serão apresentadas as principais empresas, organizações e instituições de capital internacionalizado que atuam ou que, a partir da década de 1970, atuaram no cenário de Praia do Forte e(ou) arredores.

Já no sexto capítulo serão discutidas as implicações socioespaciais decorrentes dos investimentos do capital internacional no espaço em Praia do Forte.

Finalmente, nas Considerações Finais, serão apresentadas as principais conclusões e reflexões realizadas ao longo da dissertação.

Por último, é possível encontrar as referências utilizadas para a produção desta dissertação.

1. INTRODUÇÃO

Atraindo milhares de turistas todos os anos e tendo sido alvo de crescente especulação imobiliária para segunda residência, Praia do Forte tem atraído empresas e organizações de atuação internacional, as quais buscam investir principalmente em áreas de fomento ao turismo e à segunda residência.

Comumente chamada de vila ou vilarejo, Praia do Forte é, na verdade, uma área urbana isolada; uma vez que não recebe o mesmo nome do distrito na qual está inserida e está separada das sedes distrital e municipal por área não urbanizada. O conceito de vila, entretanto, determina que nesta deve estar contida a sede da autoridade distrital, fato que não se enquadra em Praia do Forte.

A área urbana isolada de Praia do Forte sofreu intensas modificações socioespaciais desde sua venda ao engenheiro paulista Klaus Peters, na década de 1970. O espaço, outrora funcionando como uma bucólica vila de pescadores, passou a abrigar grandes *resorts* e condomínios de alto padrão ao longo do tempo, transformando-se em um dos principais destinos turísticos do estado da Bahia.

Praia do Forte está inserida numa área protegida, pioneira na incorporação do planejamento socioespacial à dimensão ambiental. O processo de transformação turística ganhou força, principalmente, por conta do *marketing* construído pelos promotores imobiliários que enaltecia a imagem paradisíaca e preservacionista atribuída ao local, bem como através do usufruto de símbolos culturais e ambientais. A atividade turística domina Praia do Forte a qual tornou-se um chamado “lugar da moda”, atraindo visitantes que, muitas vezes sem tomar conhecimento, mercantilizam seu tempo livre, são atraídos por uma série de propagandas, as quais funcionam muitas vezes como indutoras do consumo, e se dispõem ao usufruto destas localidades, nas quais são criadas uma série de coisas e objetos a serem consumidos (sejam passeios, *souvenirs*, experiências inusitadas, etc).

A transformação ocorrida em Praia do Forte se deu graças à ação dos chamados agentes sociais produtores do espaço urbano que, segundo Correa (1995, p. 2), são “Os proprietários dos meios de produção, sobretudo os grandes industriais; os proprietários fundiários; os promotores imobiliários; o Estado; e os grupos sociais excluídos”. Entretanto, durante seu processo de consolidação urbana, Praia do Forte também sofreu grande influência de um agente externo, o capital internacional.

Segundo Bernardelli (2003), para se compreender o processo de territorialização da nova dinâmica econômica, faz-se necessário considerar que o processo de produção do espaço está imbricado ao processo de produção e reprodução ampliada do capital, que se dá de forma desigual e combinada. Assim, as contradições geradas pelo turismo territorializam-se, também desigualmente; logo, a fragmentação manifestada, espacialmente, é resultado da produção e apropriação diferenciada da cidade, da renda, do lucro, da produção, ou seja, resultado da sociedade dividida em classes, em que a divisão técnica, social e territorial do trabalho é um dos elementos fundantes. Portanto, não se está diante de um espaço dual, mas de uma processualidade que é (re) produzida de uma totalidade socioespacial.

Neste contexto, surgem os seguintes questionamentos: O capital internacional (ou estrangeiro) pode ser considerado como um agente social produtor do espaço urbano? Qual a importância do capital internacional na produção do espaço urbano de Praia do Forte? Sua atuação gera impactos socioespaciais?

Levando-se em consideração a forte especulação imobiliária e a contínua atração de investimentos estrangeiros para o litoral brasileiro, é de fundamental importância que haja a compreensão dos possíveis impactos gerados pela ação das grandes corporações e instituições internacionais na produção do espaço urbano nacional, afim de que as políticas públicas sejam pensadas no âmbito do desenvolvimento socioespacial e no equilíbrio dos interesses dos distintos agentes sociais produtores do espaço urbano.

Assim, esta pesquisa tem como objetivo principal compreender como se dá a atuação do capital internacional na produção de espaços da Praia do Forte e se é possível caracterizá-lo como um novo agente social produtor do espaço urbano. Os objetivos específicos são: identificar as principais empresas e instituições de capital internacional que atuam em Praia do Forte; discutir acerca dos possíveis impactos socioespaciais gerados pelo capital internacional na produção do espaço urbano em Praia do Forte, bem como suas ações e as implicações socioespaciais decorrentes dos seus investimentos; abordar acerca de como os agentes internacionais tem impactado na implementação de políticas públicas no espaço em Praia do Forte; e caracterizar os principais agentes sociais produtores do espaço em Praia do Forte e como ocorreu sua articulação com o capital internacional.

Deste modo, esta pesquisa se propõe a investigar a possibilidade de nomeação do capital internacional (ou estrangeiro) como um agente social produtor

do espaço urbano, bem como dispõe-se a explicar a importância deste capital internacional na produção do espaço urbano de Praia do Forte, buscando discutir acerca dos possíveis impactos socioespaciais gerados por este agente nesta localidade.

3. METODOLOGIA

Este trabalho apoia-se em um método de propriedade descritiva e exploratória pois trata-se de caracterizar a atuação do capital internacional na produção do espaço urbano, trazendo, como objeto deste estudo de caso, a área urbana isolada de Praia do Forte.

Quanto à abordagem, esta é uma pesquisa qualitativa, uma vez que foram discutidos e expostos aspectos de natureza subjetiva e interpretativa; a discussão dos conceitos trazidos no referencial teórico deste projeto fez-se presente em todo seu decorrer, as ações dos agentes produtores do espaço são avaliadas de forma discursiva, exigindo um elevado grau de criticismo.

Quanto à sua natureza, esta dissertação tem o caráter de gerar novos conhecimentos para uma melhor compreensão da produção do espaço urbano e dos métodos utilizados pelos seus agentes produtores. Não obstante, cabe salientar que, a produção desta dissertação de mestrado pode vir a contribuir com futuras pesquisas aplicadas referentes ao uso e ocupação do solo, bem como diversas análises e propostas, e (ou) políticas públicas, de cunho socioespacial.

Com o objetivo de compreender como o capital internacional age na produção de espaços de forte apelo turístico e se é possível caracterizá-lo como um novo agente social produtor do espaço urbano utilizou-se a pesquisa bibliográfica como um importante procedimento metodológico desta dissertação. Livros, artigos, revistas, periódicos, entre outros objetos já publicados, foram avaliados a fim de que fosse possível investigar, através da teoria e da prática, estudos que trabalhem os principais conceitos abordados em seu processo de construção, bem como trabalhos experimentais que, de certa forma, expõem o caráter atuante dos agentes produtores do espaço urbano e demais questionamentos levantados nesta pesquisa.

Outro importante procedimento aplicado como técnica de investigação foi a pesquisa documental, uma vez que se fez necessária a análise de matérias jornalísticas, atas de reuniões entre gestores públicos e privados e demais documentos que tratam acerca de processos como a especulação imobiliária, através da abertura de novos empreendimentos, a turistificação, com a abertura de novos equipamentos que fomentam o turismo no local, entre outros. A observação *in loco*,

neste aspecto, se apresentará como um importante aliado na obtenção de informações.

Dados de órgãos locais, estaduais e federais foram levantados a fim de que fossem discutidos aspectos geoambientais e socioespaciais do objeto de estudo. Destaca-se o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010) e a Associação Comercial e Turística da Praia do Forte (Turisforte, 2017) que, junto aos demais procedimentos metodológicos apresetados, fundamentaram a base para criação e organização dos mapas aqui expostos. Para a confecção destes mapas foram utilizados arquivos em formato shapefile (shp) produzidos pelo autor desta dissertação ou encontrados em bases de dados do IBGE (2010) e organizados através do software de geoprocessamento QuantumGis (QGIS) usando base disponível no Google Satellite.

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1. Espaço geográfico e espaço urbano, da conceituação à sua produção

Dentre os conceitos trazidos neste trabalho, o conceito de espaço é o mais importante para sua fundamentação. Não há como tratar da atuação dos agentes sociais produtores do espaço sem, primeiramente, compreender o que é o espaço e, neste caso, mais precisamente, o que é o espaço geográfico.

Diversos estudiosos vêm desenvolvendo pesquisas para compreender as transformações socioespaciais e ambientais decorrentes do desenvolvimento turístico e imobiliário que tem gerado processos urbanos complexos e diferenciados.

Dos autores que trabalham sobre os conceitos de espaço e espaço geográfico, esta pesquisa traz Santos (1978) para fundamentá-los. Para ele, o espaço geográfico é, em um abrupto resumo, um sistema de objetos e ações e se dá através da relação homem-natureza, trazendo, consigo propriedades de natureza econômica, cultural e social.

[...] O espaço por suas características e por seu funcionamento, pelo que ele oferece a alguns e recusa a outros, pela seleção de localização feita entre as atividades e entre os homens, é o resultado de umas práxis coletivas que reproduz as relações sociais, [...] o espaço evolui pelo movimento da sociedade total (SANTOS, 1978, p.171).

Tendo dito isto, é possível afirmar que, para que se exista espaço é necessário, de antemão, que exista interferência humana, o homem concebe o espaço através de suas influências, sejam estas diretas ou indiretas. Para Santos (1978, p. 145), o espaço organizado pelo homem “[...] é como as demais estruturais sociais, uma estrutura subordinada-subordinante. É como as outras instâncias, o espaço, embora submetido à lei da totalidade, dispõe de uma certa autonomia”.

O espaço é considerado como uma instância da sociedade, ao mesmo patamar que a instância econômica e a instância cultural-ideológica. O espaço deve ser considerado como uma totalidade. Smith (1988, p. 109), traz sua contribuição para a compreensão do conceito de espaço pois, para ele, o conceito de espaço é “[...] vago, com multiplicidade de significados muitas vezes contraditórios”. Segundo ele, o espaço, no atual mundo capitalista, é concebido como um vácuo, como um “[...] receptáculo universal no qual os objetivos existem e os eventos ocorrem, como um

quadro de referência, um sistema coordenado [juntamente com o tempo] em que toda realidade existe” (SMITH, 1988, p. 111).

Para fugir de contradições, Smith (1988, p. 110) busca atentar-se ao conceito de espaço geográfico, definindo-o como o “[...] espaço da atividade humana, desde o espaço arquitetural, numa escala mais baixa, até a escala de toda a superfície da Terra.”. E, numa discussão acerca do espaço físico e do espaço social, ele acrescenta que:

Por mais social que ele possa ser, o espaço geográfico é manifestadamente físico; é o espaço físico das cidades, dos campos, das estradas, dos furacões e das fábricas. O espaço natural, no sentido de espaço absoluto herdado, não é mais sinônimo de espaço físico, haja vista que o espaço físico, por definição, pode ser social. (SMITH, 1988, p.120)

Tendo dito isto, reitera-se, portanto, o supracitado pensamento de Santos (1978) acerca da necessidade da influência do homem para a criação do espaço, uma vez que se pressupõe que, direta ou indiretamente, toda a superfície terrestre já sofreu interferência humana, não levando em consideração a escala desta interferência. E, para além desta interrelação homem-espaço, pode-se perceber, através das palavras de Smith (1988), a condição material do espaço imbricada à esfera social.

Haveria, pois, o “espaço urbano” uma distinção perante as considerações discutidas? Levando-se em consideração que este trabalho se dispõe a analisar uma área urbanizada, tal qual é Praia do Forte, cabe aqui fazer uma menção à contribuição de Correa (1995, p. 1) que, no resumo de sua obra “O Espaço Urbano” afirma que o espaço urbano consiste em um:

[...] conjunto de diferentes usos da terra justapostos entre si. Tais usos definem áreas, como: o centro da cidade, local de concentração de atividades comerciais, de serviço e de gestão; áreas industriais e áreas residenciais, distintas em termos de forma e conteúdo social; áreas de lazer; e, entre outras, aquelas de reserva para futura expansão. Este conjunto de usos da terra é a organização espacial da cidade ou simplesmente o espaço urbano fragmentado (CORREA, 1995, p.1).

Portanto, o espaço urbano é, em resumo “[...] fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social, um conjunto de símbolos e campos de lutas. É assim a própria sociedade em uma de suas dimensões, aquela mais aparente, materializada nas formas espaciais” (CORREA, 1995, p. 1).

Carlos (2007, p. 11) destaca que o “... espaço urbano apresenta um sentido profundo, pois se revela condição, meio e produto da ação humana – pelo uso – ao

longo do tempo.” Pode-se, portanto, através da assertiva da autora vislumbrar a dimensão temporal do espaço urbano para além da pura e simplista dimensão social, logo o espaço urbano é social e, ao mesmo tempo, produto da ação social e reflexo das ações humanas dentro de um espaço de tempo. Ainda para Carlos (2007, p. 12) “... o espaço surge enquanto nível determinante que esclarece o vivido, na medida em que a sociedade o produz, e nesta condição apropria-se dele e domina-o”.

Tendo fundamentado acerca dos conceitos de espaço, espaço geográfico e espaço urbano, cabe questionar-se como se dá sua produção e sua materialização. À esta discussão, Smith (1988) traz o filósofo e sociólogo francês Henri Lefebvre como suposto criador do termo “produção do espaço”. Entretanto, Smith (1988), utilizando-se de afirmações de Lefebvre, afirma que:

O enfoque de Lefebvre visa menos ao processo de produção, e mais à reprodução das relações sociais de produção [...]. A produção das relações sociais de produção não ocorre somente na fábrica, nem tampouco numa sociedade como um todo, de acordo com Lefebvre, mas no espaço como um todo; “o espaço como um todo tornou-se o lugar em que a reprodução das relações de produção se localiza” (SMITH, 1988, p.139).

Embora Smith (1988) admita a importância de Lefebvre na criação da frase “produção do espaço” ele o critica afirmando que sua produção não traz uma distinção dos diversos termos e conceitos atribuídos ao conceito de espaço e, mesmo admitindo que Lefebvre compreende a importância do espaço geográfico, Smith (1988) deixa subentendido que a produção de Henri Lefebvre não tem muito ou nada a ver com o espaço.

Da mesma forma, Souza (2013), reconhece Henri Lefebvre como introdutor do termo “produção do espaço”, porém, assim como Smith (1988), também admite o esgotamento de Lefebvre quanto à esta ideia. Referente a isto, Souza (2013, p. 40), em obra intitulada “Os conceitos fundamentais da pesquisa socioespacial”, afirma que:

[...] não existe apenas uma única maneira de interpretar e focalizar a “produção do espaço”. Do predomínio de uma visão estreitamente “materialista” (reduzida do espaço à sua materialidade), e mesmo economicista – o que pode ser entendido, inclusive, como uma leitura empobrecida dos insights de Lefebvre –, a uma visão mais abrangente e mais radical, que desafie o próprio pano de fundo filosófico da reflexão lefebvriana (o pensamento de Marx), várias são as possibilidades (SOUZA, 2013, p.40).

Parafraseando Souza (2013), a “produção do espaço” não se dá apenas na esfera material ou economicista, mas está presente em diversas camadas, tal qual o

próprio espaço; como é possível perceber através da próxima afirmação de Souza (2013, p. 41), quando este trata acerca da multiplicidade do termo “produção”:

Com efeito, já por aí se descortina a possibilidade de ver a ‘produção’ como sendo não apenas a produção de bens materiais (móveis ou imóveis), mas também a produção simbólica e de relações de poder. O termo “produção” é suficientemente amplo e plástico para comportar essa multiplicidade de dimensões (SOUZA, 2013, p.41).

4.2. Os agentes sociais produtores do espaço urbano

Para compreender quem produz o espaço urbano e como o faz é necessário visitar a produção de Correa (1995, p. 2) que, no resumo de sua obra “O Espaço Urbano”, reforça a existência de cinco agentes sociais produtores do espaço urbano: “Os proprietários dos meios de produção, sobretudo os grandes industriais; os proprietários fundiários; os promotores imobiliários; o Estado; e os grupos sociais excluídos”. É nesta mesma obra que Correa (1995) expõe as formas que cada agente social utiliza para fazer e refazer a cidade.

Segundo Correa (1995), os grandes proprietários industriais e as grandes empresas comerciais precisam de amplos e baratos terrenos que estejam juntos a portos, vias férreas (locais que facilitem à acessibilidade) e, em grandes cidades:

[...] a ação espacial dos proprietários industriais leva à criação de amplas áreas fabris em setores distintos das áreas residenciais nobres, onde mora a elite, porém próximo às áreas proletárias. Deste modo, a ação deles modela a cidade, produzindo seu próprio espaço e interferindo decisivamente na localização de outros usos da terra (CORREA, 1995, p.2).

Já os proprietários de terras:

[...] atuam no sentido de obterem a maior renda fundiária de suas propriedades, interessando-se em que estas tenham o uso mais remunerador possível, especialmente uso comercial ou residencial de status. Estão interessados no valor de troca da terra e não no seu valor de uso. Alguns dos proprietários fundiários, os mais poderosos, poderão até mesmo ter suas terras valorizadas através do investimento público em infraestrutura, especialmente viária (CORREA, 1995, p.2 - 3).

Nesta assertiva, Correa (1995) traz à tona importantes termos que precisam ser elucidados no entendimento sobre a ação dos proprietários de terras no processo de produção do espaço urbano, são eles o “valor de uso” e o “valor de troca”.

Neste sentido, Moraes e Costa (1984), apropriando-se da ideia bifurcada de “valor” apresentada por Marx, expõem os sentidos dos termos “valor de uso” e “valor de troca”, associando o primeiro à questão material, ao valor daquilo que é produzido.

Quanto a isto, Moraes e Costa (1894, p. 110) declaram que o valor de uso “[...] exprime a utilidade dos produtos para a satisfação das necessidades humanas, sendo a materialização mesma do trabalho humano” e atribuem a quantidade de trabalho (expressa em tempo de trabalho) como forma de medida real deste tipo de valor.

Com relação ao “valor de troca” Moraes e Costa (1984) o associam ao que seu próprio termo expõe: a troca. O “valor de troca” depende do que é produzido, portanto, depende do “valor de uso” para existir.

Com a intensificação do comércio e da produção de mercadorias, a ênfase passará a ser a produção de valores de troca. Contudo, o valor de uso continua tendo uma existência real, só que agora como veículo do valor de troca. Este fundamenta-se na utilidade do produto para o consumo alheio, o que o torna apto à troca. (MORAES; COSTA, 1984, p.111)

Numa relação de compra e venda de um lote, devidamente trabalhado e terraplanado, pronto para receber uma construção, o comprador será submetido a pagar o valor de troca do devido terreno; enquanto, quem o preparou, o concebeu, através do trabalho colocado em sua preparação, um valor de uso.

Uma vez exposta a “bifurcação do valor”, é possível perceber que Correa (1995), em alusão à atuação dos proprietários de terras, afirmou que eles estão interessados no lucro durante o processo de compra de uma propriedade, ou seja, em seu valor de troca e, não necessariamente, em seu valor de uso.

Correa (1995, p. 2 – 3), exemplificando a atuação dos proprietários de terras e as formas com as quais este agente social se utiliza na produção do espaço, vai afirmar que:

A demanda de terras e habitações depende do aparecimento de novas camadas sociais, que tenham rendas capacitadas a participar do mercado de terras e habitações. Depende ainda da política que o Estado adota para permitir a reprodução do capital, como reforço do aparelho estatal pelo aumento do número de funcionários e através da ideologia da casa própria. Os diferenciais das formas que a ocupação urbana na periferia assume são, em relação ao uso residencial, o seguinte: urbanização de status e urbanização popular variando de acordo com a localidade da área. Aquelas bem localizadas são valorizadas por amenidades físicas, como mar, lagoa, sol, verde, etc.; e agem pressionando o Estado visando à instalação de infraestrutura. Tais investimentos valorizam a terra; e campanhas publicitárias exaltando as qualidades da área são realizadas ao mesmo tempo; e conseqüentemente seu preço sobe. Estas terras são destinadas à população de status. Como se trata de uma demanda solvável, é possível aos proprietários tornar-se também promotores imobiliários; loteiam, vendem e constroem casas de luxo. E com isso os bairros fisicamente periféricos não são mais percebidos como estando localizados na periferia urbana, pois afinal de contas bairros de status não são socialmente periféricos. [...] Naquelas mal localizadas e sem amenidades, serão realizados os loteamentos: as habitações serão construídas pelo sistema de autoconstrução ou pelo Estado, que aí implanta enormes e monótonos

conjuntos habitacionais, que ocasionam vários distúrbios sociais (CORREA, 1995, p.2 - 3).

Os promotores imobiliários são agentes que realizam, parcial ou totalmente, operações como “[...] incorporação; financiamento; estudo técnico; construção ou produção física do imóvel; e comercialização ou transformação do capital-mercadoria em capital dinheiro, agora acrescido de lucro” (CORREA, 1995, p. 3) e suas estratégias consistem em:

Produzir habitações com inovações, com valor de uso superior às antigas, obtendo-se, portanto, um preço de venda cada vez maior, o que amplia a exclusão das camadas populares. [...] A estratégia basicamente é a seguinte: dirigir-se, em primeiro lugar, à produção de residências para satisfazer a demanda solvável; e, depois, obtém-se ajuda do Estado no sentido de tornar solvável a produção de residências para satisfazer a demanda não solvável. Exemplos: BNH, COHABS, FGTS. As estratégias dominantes, de construir habitações para a população que constitui a demanda solvável, têm um significativo rebatimento espacial. De fato, a ação dos promotores se faz correlacionada a: preço elevado da terra de auto-status do bairro; acessibilidade, eficiência e segurança dos meios de transporte; amenidades naturais ou socialmente produzidas; e esgotamento dos terrenos para a construção e as condições físicas dos imóveis anteriormente produzidos (CORREA, 1995, p.3).

Sua atuação no espaço se dá de forma desigual, acabando por criar e reforçar a “[...] segregação residencial que caracteriza a cidade capitalista. E, na medida em que os outros setores do espaço produzem conjuntos habitacionais populares, a segregação é ratificada” (CORREA, 1995, p. 3).

Observando a análise de Correa (1995) é possível afirmar que um agente social não necessariamente se limite a cumprir somente as funções as quais lhes foram designadas. A atuação destes agentes, no processo de produção do espaço urbano, se dá, muitas vezes, de forma interrelacionada. É possível que um proprietário fundiário assuma comportamentos condizentes aos dos promotores imobiliários e, não somente interessado no valor de troca de sua propriedade, poderá, também, trabalhar esta propriedade afim de conseguir um acréscimo em seu valor de uso. Estas ações impactam na dinâmica socioespacial, visto que, em muitos casos existe uma correlação das ações do Estado no fomento aos anseios dos proprietários fundiários e promotores imobiliários.

Em se tratando do Estado, Correa (1995, p. 3 – 4) aponta que este:

[...] atua também na organização espacial da cidade. Sua atuação tem sido complexa e variável tanto no tempo como no espaço, refletindo a dinâmica da sociedade da qual é parte constituinte. O Estado dispõe de um conjunto de instrumentos que pode empregar em relação ao espaço urbano. São os seguintes: direito de desapropriação e precedência na compra de terras;

regulamentação do uso do solo; controle de limitação dos preços das terras; limitação da superfície da terra de que cada um pode se apropriar; impostos fundiários e imobiliários que podem variar segundo a dimensão do imóvel, uso da terra e localização; taxação de terrenos livres, levando a uma utilização mais completa do espaço urbano; mobilização de reservas fundiárias públicas, afetando o preço da terra e orientando espacialmente a ocupação do espaço; investimento público na produção do espaço, através de obras de drenagem, desmontes, aterros, e implantação de infraestrutura; organização de mecanismos de créditos à habitação; e pesquisas, operações-testes como materiais e procedimento de construção, bem como o controle de produção e do mercado deste material (CORREA, 1995, p.3 - 4).

O Estado, sobretudo, dispõe do importante papel de atuar como o agente social regulador, mediador. Os conflitos de interesses entre os demais agentes sociais se fazem presentes no processo de produção do espaço urbano, entretanto cabe ao Estado ter que lidar com as divergências de interesses, sendo o próprio Estado aquele reivindicado e convocado pelos demais agentes sociais na busca de seus objetivos.

A atuação do Estado se apresenta de forma muito complexa, visto que este agente social não se limita apenas a cumprir com o papel de regulador do solo urbano, como foi exposto através do conjunto de instrumentos utilizados na regulação do solo urbano trazido por Correa (1995), mas suas ações transpassam por características que, à primeira vista, são pertinentes a outros agentes sociais. O Estado é, também, um dos principais produtores industriais, proprietários fundiários e promotores imobiliários.

E por fim, mas não menos importantes, os grupos sociais excluídos são:

[...] aqueles que não possuem renda para pagar o aluguel de uma habitação digna e muito menos para comprar um imóvel. Este é um dos fatores, que ao lado do desemprego, doenças, subnutrição, delineiam a situação social dos grupos excluídos. A estas pessoas restam como moradia: cortiços, sistemas de autoconstrução, conjuntos habitacionais fornecidos pelo agente estatal e as degradantes favelas. As três primeiras possibilidades habitacionais pressupõem uma vinculação a um agente sem, no entanto, ocasionar transformação da camada populacional excluída em agente modelador do espaço urbano. É na produção da favela, em terrenos públicos e privados que os grupos sociais excluídos tornam-se, efetivamente, agentes modeladores. A ocupação destes terrenos que dão ensejo à criação das favelas é uma forma de resistência à segregação social e sobrevivência ante a absoluta falta de outros meios habitacionais. Aparentemente desprovida de qualquer elaboração espacial, as favelas acrescentam uma lógica que inclui a proximidade a mercados de trabalho. Outro fenômeno observado é a progressiva urbanização da favela, até se tornar um bairro popular. Isto se explica pela ação dos moradores que pretendem a melhoria das condições de vida, conjuntamente com o Estado que, por motivos diversos, destina recursos à urbanização das favelas (CORREA, 1995, p.4).

Sendo o espaço urbano, congruente a um regime de sociedade dividida em classes através de um sistema extremamente excludente, um conjunto de campos de

lutas fragmentado e desigual, os grupos sociais excluídos se apresentam como o agente social “marginalizado”, interdependente das ações estatais na busca de estratégias de sobrevivência e pelo direito ao acesso deste espaço. São grupos subordinados aos mais desvalorizados espaços do cenário urbano e, como forma de resistência, produzem os seus próprios espaços, muitas vezes discriminados e mal vistos através dos padrões pré-estabelecidos pelos demais agentes sociais.

4.3. O capital internacional

O que dizer então do capital internacional e sua correlação com a produção espacial?! Para que se possa discutir este capital como agente social produtor do espaço, faz-se necessário, primeiramente, discutir o que vem a ser o capital internacional ou capital estrangeiro, este não se restringe apenas às megaempresas, megaentidades ou simples circulação do dinheiro a níveis internacionais, mas também pela circulação de pessoas que comportarão a mão de obra de uma determinada localidade. Para Guimarães (2000, p. 144):

O capital estrangeiro hoje em dia corresponde, no caso dos investimentos e do comércio, a megaempresas multinacionais; no caso dos financiamentos, a megabancos; e no caso do capital especulativo, a megafundos de pensão. Em sua esmagadora maioria, essas megaentidades têm sede nos principais países desenvolvidos, que se encontram no centro do sistema econômico internacional e no centro das estruturas hegemônicas de poder (GUIMARÃES, 2000, p.144).

Para Chesnais (1995, p. 15)¹:

Quem fala em capital fala em “recursos” (assumindo inicialmente uma forma “dinheiro”) ou em aplicações que abram a possibilidade de mobilizar recursos (créditos bancários, por exemplo), cuja característica fundamental [...] consiste em tender a se engajar exclusivamente nas operações realizadas na busca de lucro, o objetivo sendo fazer “frutificar” o capital. Operações realizadas com fins lucrativos, para fazer “frutificar” o capital, são por definição [...] “seletivas” (CHESNAIS, 1995, p.15).

Benakouche (2017), numa discussão acerca da concepção econômica de nação, que implicaria à noção de relações econômicas internacionais na qual uma nação fosse compreendida como um recipiente fechado de fatores de produção, afirma que o capital é, hoje, internacionalizado, atuando em várias nações ao mesmo

¹ Traduzido do francês por Catherine Marie Mathieu. Título em português - A globalização e o curso do capitalismo de fim-de-século.

tempo. Para exemplificar isto, Benakouche (2017) cita a Volkswagen, empresa do ramo automobilístico:

O capital Volkswagen atua simultaneamente na Alemanha, Brasil, Argentina e Hong Kong. São os capitais internacionais, como o da Volkswagen, que fizeram com que a produção internacional [produção das filiais fora dos seus países de origem] seja hoje bastante superior aos fluxos tradicionais de mercadorias entre as nações (BENAKOUCHE, 2017).

Haveria, pois, uma distinção entre o capital nacional (com relação ao cenário brasileiro) e o capital estrangeiro? Guimarães (2000, p. 144) enfatiza a força do capital estrangeiro frente ao nacional, bem como faz uma associação destes com o processo de globalização:

A compreensão das relações entre capital estrangeiro e capital nacional, entre tecnologia e emprego, entre coesão social e violência, entre soberania e subordinação, entre centro e periferia é crucial para entender o processo de globalização – excludente e assimétrica – no qual está inserido o Brasil, e assim permitir a definição de políticas que façam com que a sociedade brasileira se beneficie de seus aspectos positivos e se defenda de seus efeitos negativos. [...] Todas essas questões estão profundamente interligadas e todas se relacionam com a formação dos mercados financeiros globais e com a política, impulsionada pelas megaempresas multinacionais e por seus respectivos governos, de forçar e consolidar a liberdade total para os movimentos de capitais, quer sejam eles especulativos, quer sejam de financiamento, quer sejam investimentos diretos (GUIMARÃES, 2000, p.144).

Se tratando do cenário de Praia do Forte, é possível, através da assertiva de Guimarães (2000), imaginar que as grandes corporações e empresas multinacionais dos ramos turístico, hoteleiro e imobiliário produzem e movimentam capital à escala global e estando, muitas vezes, sediadas em países dito desenvolvidos e atuando em países dito periféricos como o caso do Brasil, utilizam-se de vantagens através da articulação com o próprio Estado na incessante busca pelo lucro.

No caso de financiamento de empresas estrangeiras pelo Estado periférico por meio de empréstimos ou isenções fiscais, o resultado é mais paradoxal pois o próprio Estado contribui para aumentar a transferência de excedente para o exterior e para a redução da taxa de ampliação da capacidade instalada no país (GUIMARÃES, 2000, p.147).

A interação entre Estado e empresas estrangeiras denota uma relevante expressão das possibilidades entre agentes sociais no processo de produção do espaço urbano.

5. ANÁLISE DA ORGANIZAÇÃO ESPACIAL DE PRAIA DO FORTE

Segundo Correa (1998, p. 55), a organização espacial “é o conjunto de objetos criados pelo homem e dispostos sobre a superfície da terra”, sendo, assim, um meio de vida presente (produção), mas também uma condição para o futuro (reprodução). Entende-se que o turismo, enquanto atividade econômica, é capaz de produzir e reproduzir a organização espacial dos lugares, a partir das cristalizações criadas pelo trabalho social. Desse modo, o espaço reproduz a totalidade social, na medida que essas transformações são determinadas por necessidades sociais, econômicas e políticas.

Desse modo,

[...] a organização espacial dos diferentes lugares já não se explica por si mesma, porque o centro de decisão das atividades desenvolvidas em determinado lugar situa-se muitas vezes a milhares de quilômetros dali. A definição de região, segundo essa ótica, deve ir além da descrição dos padrões espaciais, procurando ver as relações dialéticas entre formas espaciais e processos históricos que modelam os grupos sociais (LEITE, 1994, p. 25-26).

É na mesma perspectiva da dinâmica da reconstrução que se inserem os debates sobre as novas configurações do espaço local e global e vice-versa, na medida que se vem firmando a ideia de que não é tão importante reordenar, mas fazê-lo segundo fins ou propósitos específicos à supressão dos mecanismos que aprofundam as desigualdades socioespaciais.

Para Goes (2011), a organização espacial é resultado da interrelação entre o sistema natural e o sistema antrópico, ao tempo que o sistema natural estaria subdividido em outros subsistemas, tais como o clima, a vegetação, o relevo, a geologia e os solos, enquanto que o sistema antrópico está subdividido nos subsistemas população, urbano, indústria, agricultura e política (GOES, 2011).

O entendimento da organização espacial se daria mediante a análise dos elementos citados, suas ligações e interações, considerando ainda o fator escalar, uma vez que, segundo Goes (2011):

O entendimento da organização espacial como sistema, cujas relações entre as partes são mutuamente dependentes, leva a compreender a existência de conexões em escala geográfica local com a escala global. Ou seja, as modificações na estrutura, na dinâmica temporal e no funcionamento interativo da organização espacial possui um caráter recíproco entre as escalas de análise [...] (GOES, 2011, p. 10).

Levando em consideração o que foi exposto acerca de organização espacial, na busca por uma melhor compreensão do objeto de estudo, os aspectos geoambientais, demográficos, e socioespaciais de um modo geral, de Praia do Forte apresentaram-se como importantes informações, na medida em que nos ajudam a entender sua organização espacial, pois configuram-se como importantes atrativos do capital internacional na busca pela ocupação e produção dos espaços urbanos da localidade.

Praia do Forte está inserida no Distrito de Açú da Torre, o qual pertence ao município de Mata de São João, no litoral norte da Bahia (ver Figura 1). Encontra-se a, aproximadamente, 60 km do Aeroporto Internacional Luís Eduardo Magalhães, em Salvador, e entre 60 e 70 km da sede municipal de Mata de São João.

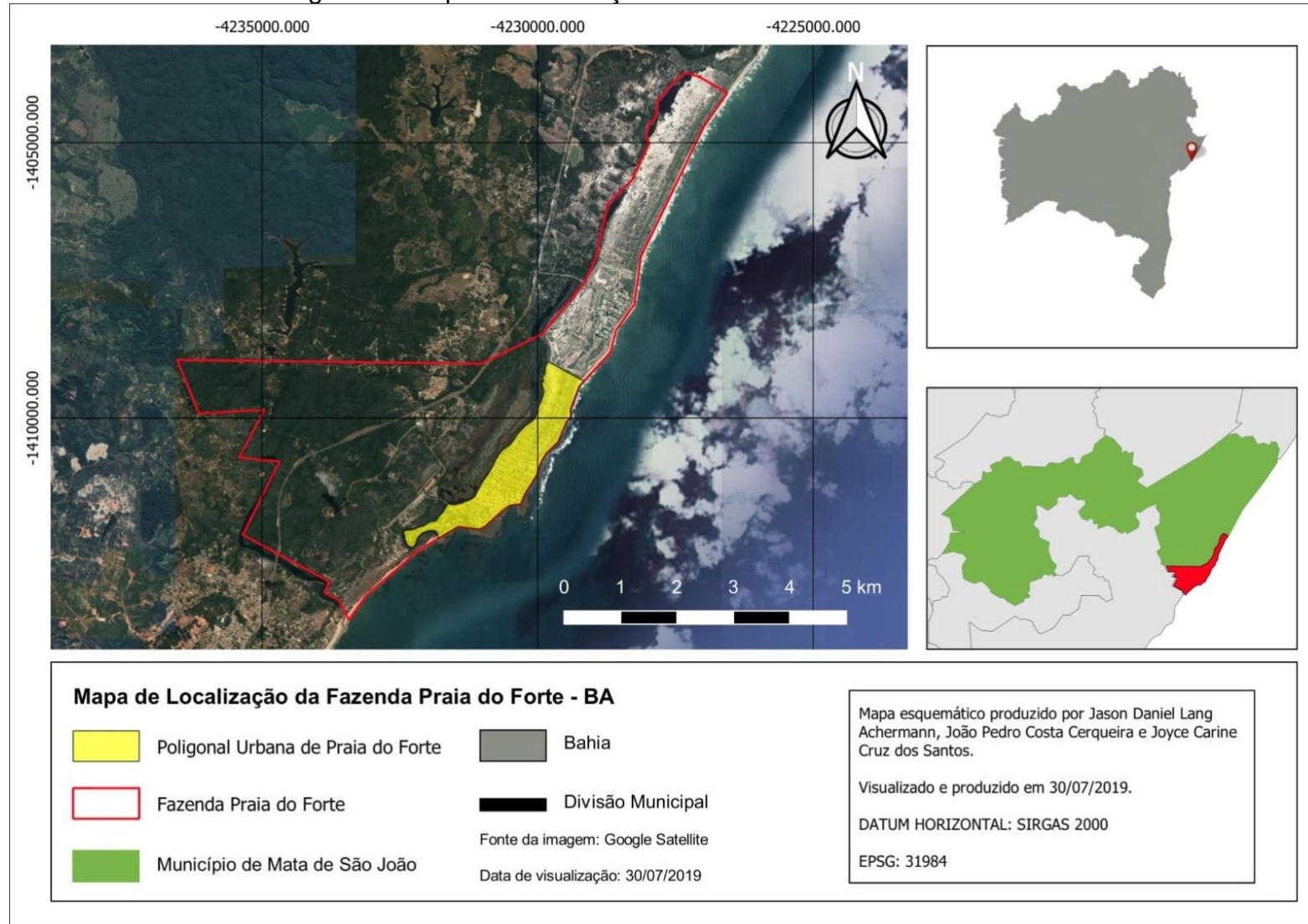
O território de Praia do Forte divide-se em duas áreas principais, a Fazenda Praia do Forte e o núcleo urbano, este encontra-se inserido na poligonal da própria Fazenda (ver Figura 1). A Fazenda Praia do Forte compreende uma área de 22,0326 km², enquanto o núcleo urbano possui entre 2 e 3 km².

Praia do Forte encontra-se em área de mata atlântica bastante antropizada com algumas manchas de vegetação original, porém sua faixa litorânea, de 12 km de extensão, possui vegetação de restingas, manguezais e coqueirais. A restinga caracteriza-se por deter depósitos arenosos sujeitos à sedimentação e vegetação rasteira; enquanto os manguezais são zonas úmidas que costumam fazer a transição entre o ambiente terrestre e marinho, sempre sujeitos ao movimento das marés; os coqueirais, nada mais são, que corredores de pés de coco: os coqueiros que, por sua vez, não são nativos do litoral brasileiro.

Praia do Forte está inserida na bacia do Rio Pojuca (importante fonte do abastecimento de água da Região Metropolitana de Salvador) e, em seu território, existem duas lagoas: a Lagoa Jaruara e a Lagoa Timeantube, esta última é fruto do represamento do Rio Açú.

Neste contexto, os subsistemas mencionados acima não estariam interligados de forma linear, uma vez que o clima surge como elemento controlador frente aos demais subsistemas componentes do Geossistema, não podendo ser enquadrado como elemento integrante da organização espacial, mas elemento necessário à sua compreensão, enquanto que a população cumpre o mesmo papel frente aos subsistemas que compõem o sistema antrópico (GOES, 2011).

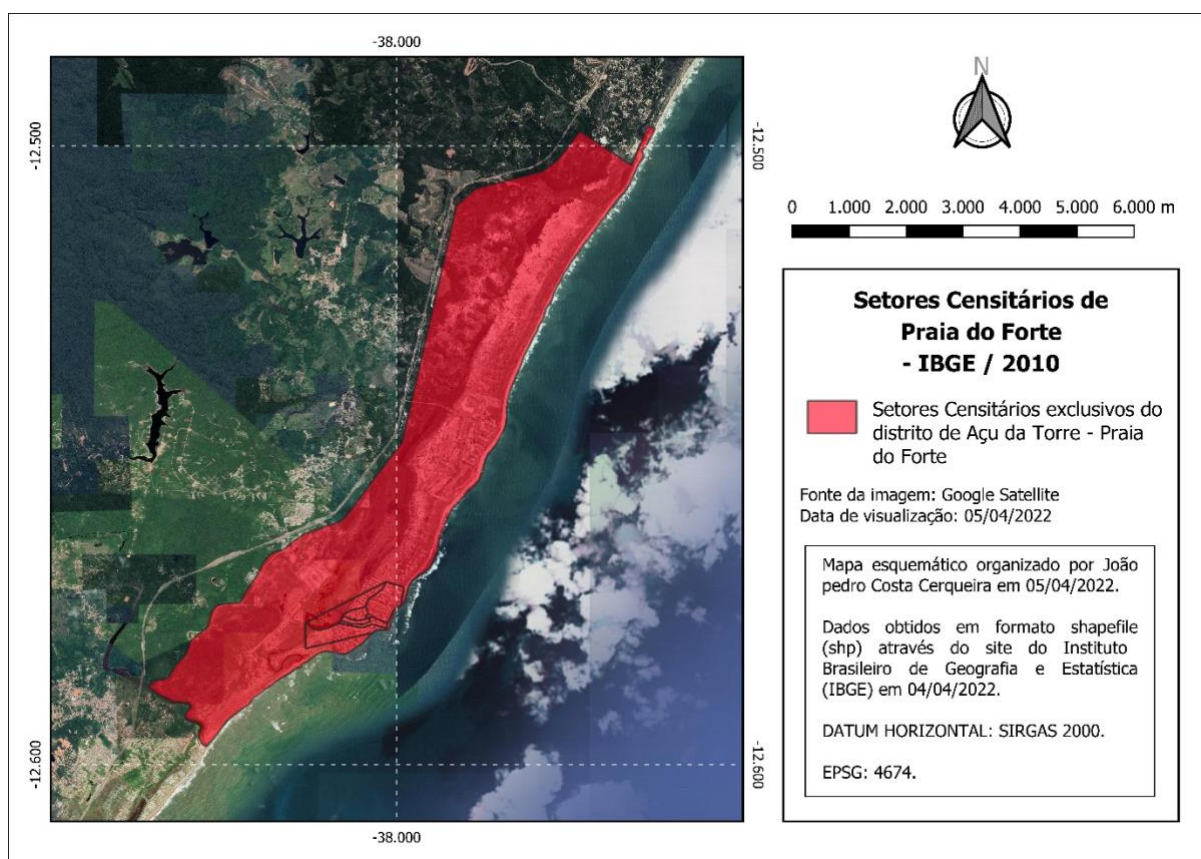
Figura 1 - Mapa de localização da Fazenda Praia do Forte – BA



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

De acordo com o último censo vigente do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) lançado no ano de 2010, através da contagem populacional dos setores censitários² correspondentes ao território de Praia do Forte (ver Figura 2), a população do aglomerado urbano em questão era de, aproximadamente, 1545 pessoas residentes, sendo 777 homens (50,29%) e 768 mulheres (49,71%). Desta forma, sua densidade demográfica gira em torno de 70,12 habitantes por quilômetro quadrado.

Figura 2 – Mapa dos Setores Censitários de Praia do Forte – IBGE / 2010



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

A subdivisão dos espaços, dentro do território nacional, em setores censitários pelo IBGE se faz através de códigos numéricos de identificação que representam cada setor em questão (ver Figura 4), partindo deste pressuposto, com relação às características específicas de cada setor da Praia do Forte (IBGE, 2010),

² O setor censitário é a unidade territorial de controle cadastral da coleta, constituída por áreas contíguas, respeitando-se os limites da divisão político administrativa, dos quadros urbano e rural legal e de outras estruturas territoriais de interesse, além dos parâmetros de dimensão mais adequados à operação de coleta. (IBGE, 2010)

é possível apreciar que o setor de número 292100510000016 (setor em destaque na cor laranja no mapa da Figura 4), o qual absorve parte do que é conhecido como “núcleo central”, incorporando a Alameda da Lua, é o setor mais densamente povoado do território da Praia do Forte, possuindo uma população de cerca de 504 pessoas residentes, e uma densidade variante de 7568,25 a 61998,54 habitantes por quilômetro quadrado. Cabe destacar que, por possuir um tamanho inferior a 1 km², este setor é demonstrado, pelo IBGE, com uma densidade variante muito superior à totalidade da Praia do Forte. O setor em questão abrigava uma quantidade de 306 domicílios particulares e coletivos³, demonstrando uma média de 1,64 pessoa por domicílio.

O setor de nº 292100510000003 (representado pela cor azul escuro na Figura 4), que engloba a Avenida Antônio Carlos Magalhães (principal rua de comércio e turismo da Praia do Forte), também se encontra no núcleo central e apresentou, segundo o IBGE (2010), uma população residente de cerca de 291 pessoas e uma densidade variante de 2101,9 a 6835,56 hab/km² obtivendo uma totalidade de 179 domicílios particulares e coletivos, estes fatores demonstraram uma média de 1,62 pessoa por domicílio.

O setor de nº 292100510000017 (representado pela cor verde na Figura 4), compreendido entre a Av. do Farol, a Rua dos Benvindos, a Alameda das Estrelas e a Rua da Corvina, está localizado fora do núcleo central, possui algumas pousadas e habitações de tipologia construtiva diferenciada frente à maioria dos domicílios do núcleo central; sua população residente é de, aproximadamente, 76 pessoas, com uma densidade variante de 911,79 a 1991,46 hab/km² e um total de 210 domicílios particulares e coletivos, estes dados demonstraram uma média de 0,36 pessoa por domicílio.

O setor de nº 292100510000005 (representado pela cor rosa na Figura 4) compreende parte da Rua da Aurora e dependências do Tivoli Ecoresort Praia do Forte (ver Figura 3), este setor obtém áreas inseridas no núcleo central como também

³ Segundo o IBGE (2010, domicílio particular é o domicílio “[...] onde o relacionamento entre seus ocupantes era ditado por laços de parentesco, de dependência doméstica ou por normas de convivência.” Já o domicílio coletivo é “[...] uma instituição ou estabelecimento onde a relação entre as pessoas que nele se encontravam, moradoras ou não, era restrita a normas de subordinação administrativa, como em hotéis, motéis, camping, pensões, penitenciárias, presídios, casas de detenção, quartéis, postos militares, asilos, orfanatos, conventos, hospitais e clínicas (com internação), alojamento de trabalhadores ou de estudantes etc.” (IBGE, 2010)

na zona de expansão; sua população residente é de, aproximadamente, 460 pessoas, apresentando uma densidade variante de 911.79 a 1991.46 hab/km² e um total de 585 domicílios particulares e coletivos, fatores estes que demonstraram uma média de 0,78 pessoa por domicílio.

Figura 3 – Tivoli Ecoresort Praia do Forte



Fonte: QualViagem, 2020

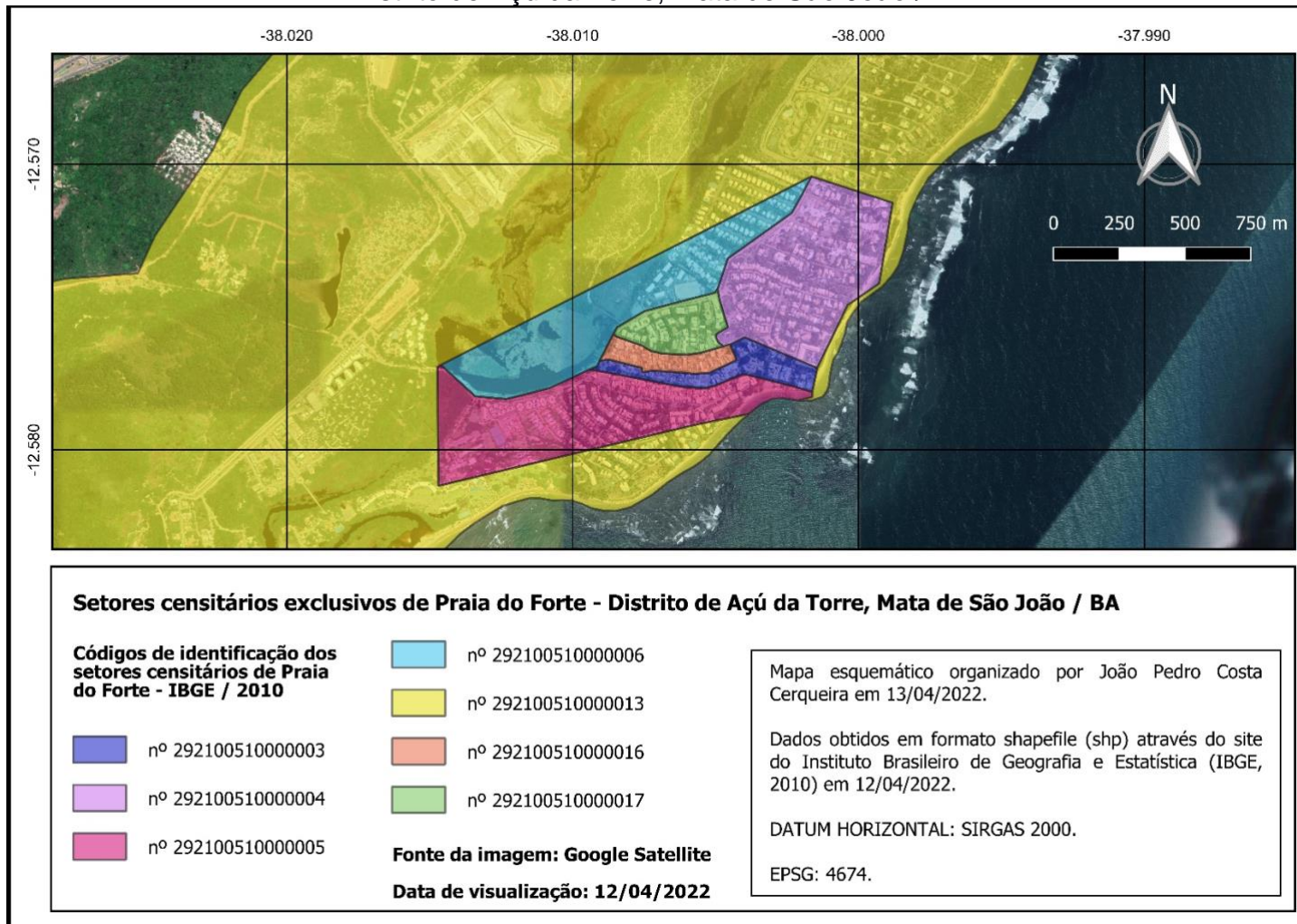
O setor de nº 292100510000006 (representado pela cor azul claro na Figura 4) obtém parte da Lagoa Timeantube, nas dependências do Parque Municipal Klaus Peters, como também parte de condomínios de alto padrão localizados à esquerda da Av. Do Farol, já na área denominada aqui de zona de expansão; sua população residente é de cerca de 38 pessoas, com uma densidade variante entre 35.83 a 898.63 hab/km² e um total de 121 domicílios particulares e coletivos, demonstrando uma média de 0,31 pessoa por domicílio.

O setor de nº 292100510000004 (representado pela cor lilás na Figura 4) encontra-se a nordeste do núcleo central, localizado na área conhecida como zona de expansão, e engloba condomínios de alto padrão que, margeando a faixa litorânea, dão acesso direto dos moradores e veranistas a uma das mais famosas e frequentadas praias de Praia do Forte: a Praia do Lord. Sua população residente gira em torno de 47 pessoas, com uma densidade variante entre 35.83 e 898.63 hab/km²

e um total de 191 domicílios particulares e coletivos, demonstrando uma média de 0,24 pessoa por domicílio.

Por fim, mas não menos importante, o setor de nº 292100510000013 (representado pela cor amarela na Figura 4), podendo ser visto por completo na Figura 2) tem como principal característica o fato de ser o maior setor censitário pertencente única e exclusivamente ao aglomerado de Praia do Forte (IBGE, 2010), margeando a rodovia BA-099. Nele, é possível encontrar parte do Parque Municipal Klaus Peters, bem como parte da Lagoa Timeantube, o Castelo Garcia D'Ávila, bem como diversos condomínios em fase de implantação e áreas de preservação. Elevando a ideia de zona de expansão a um nível acima dos demais setores citados anteriormente, este setor possui uma população residente de aproximadamente 129 pessoas, com uma densidade variante entre 2.94 a 30.75 hab/km² e um total de 55 domicílios particulares e coletivos (IBGE, 2010), elucidando uma média de 2,34 pessoas por domicílio.

Figura 4 - Mapa dos Códigos dos Setores Censitários exclusivos de Praia do Forte – Distrito de Açú da Torre, Mata de São João / BA



Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

Segundo estimativas elaboradas com base em informações cedidas pela Associação Comercial e Turística da Praia do Forte (Turisforte, 2017) e pela Secretaria de Tributos de Mata de São João (2017), Praia do Forte possui algo em torno de 2300 (dois mil e trezentos) habitantes e sua densidade demográfica, levando estes valores em consideração, é de 70,12 hab./km², dentre moradores de alta e baixa renda (estes últimos são, em sua grande maioria, pessoas nativas da localidade), os quais distribuem-se no território ocupando distintas áreas através de edificações de diferentes padrões construtivos que acabam por denunciar seu status social.

Segundo Barcellos e Machado (1998, p. 110),

Na concepção da geografia social, o espaço é transformado em função das atividades humanas de produção e reprodução, sendo o trabalho classicamente ligado às atividades de produção. O fenômeno de globalização traz consigo um modelo hegemônico de relações de trabalho e reprodução social, com o crescimento do setor de serviços e especialmente as atividades ligadas ao transporte, lazer e informação. (BARCELLOS e MACHADO, 1998, p. 110)

Praia do Forte caracteriza-se por centralizar uma gama de serviços que atendem, direta ou indiretamente, boa parte dos habitantes do aglomerado e de localidades próximas (a exemplo de Açú, Açuzinho, Malhadas, Itacimirim e Barra do Pojuca, entre outras), tornando-se uma centralidade em sua área de influência.

Tabela 1 - Serviços disponíveis em Praia do Forte e seus respectivos números de funcionários contratados

EMPREENDIMENTOS	QUANTIDADE	Nº DE LEITOS	QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS CONTRATADOS
Hotéis / albergues / pousadas	35	1.109	420
Resorts	03	2.452	2.500
Restaurantes (38) / bares – lanchonetes – cafeterias – barracas de praia (41)	79	-----	630
Serviços diversos (cartório, correios, lotérica, agências de viagem, imobiliárias, contabilidades, lavanderias, agências bancárias, salões de beleza, entre outros)	153	-----	500
Lojas de artesanato e souvenirs	200	-----	380
ONG'S (Projeto Tamar, Instituto Baleia Jubarte, Fundação Garcia D'Ávila e Turisforte)	04	-----	330

Fonte: dados cedidos pela Associação Comercial e Turística da Praia do Forte (Turisforte), 2017.

Assim, somando os dados disponibilizados pela Turisforte e apresentados na Tabela 1, até 2017, a Praia do Forte dispunha de cerca de 474 estabelecimentos comerciais e 3561 leitos para hospedagem, Praia do Forte produz cerca de 4.760

empregos diretos e 1.220 vagas indiretas, as quais se distribuem em serviços domésticos, de jardinagem, manutenção, comércio ambulante, guias turísticos, transportes, entre outros.

Tabela 2 - Número de visitantes na alta temporada (destaque para os meses de verão) e feriados prolongados por tipo de empreendimento / serviços em geral em Praia do Forte / BA

EMPREENDIMENTOS / SERVIÇOS EM GERAL	Nº DE VISITANTES / DIA (12.000)	MONTANTE DO Nº DE VISITANTES / ANO
Hotéis / pousadas / albergues / resorts	4.000	890.000
Domicílios particulares (segunda residência)	5.000	
Atrativos turísticos em geral (Projeto Tamar, Instituto Baleia Jubarte, Parque Municipal Klaus Peters, Castelo Garcia D'Ávila, Centro de Artesanato, além dos restaurantes e lojas)	5.000	

Fonte: dados cedidos pela Associação Comercial e Turística da Praia do Forte (Turisforte), 2017.

Apesar do exposto na Tabela 2, durante os períodos de baixa estação, estes números podem chegar à metade dos registrados na alta temporada. Além deste movimento turístico, um grande número de pessoas da região frequenta diariamente a Praia do Forte para compras, serviços financeiros, educação, saúde e outros serviços básicos. Soma-se, a este grupo, um número significativo de operários da construção civil (Turisforte, 2017).

Em se tratando do setor imobiliário, Praia do Forte apresentou significativo crescimento no número de novos condomínios e loteamentos entre os anos de 2005

a 2017, contando, em 2017, com aproximadamente 2.000 lotes e 37 condomínios e loteamentos em fase de aprovação ou construção. A expectativa do mercado se configura em crescimento de 50% na oferta imobiliária até o ano de 2027 (Turisforte, 2017).

Com base nos dados mostrados acima, a compreensão dos processos atuais para o entendimento das novas configurações do espaço tem sido determinada por diferentes fenômenos, os quais se apresentam dentro de um processo de globalização e mundialização do capital, referenciados no conhecimento do próprio objeto da transformação, neste caso uma gama de serviços especializados para atender ao padrão da hotelaria de luxo que vem se implantando na Praia do Forte. Desse modo, a formação de mercados comuns, a relativização da importância das fronteiras do ponto de vista econômico, ou, ainda, a diminuição do tamanho do estado frente a um processo de desterritorialização iminente, compõem um quadro de mudança que altera a organização espacial anterior. Praia do Forte saiu do rol de uma vila “pacata”, para compor um dos lugares mais visitados do Brasil. Portanto, com o processo de globalização, o que está sendo modificado é a forma com que os Territórios estão sendo arranjados.

Deste modo, a organização, a redefinição e o reordenamento de um lugar-global em espaço historicamente construído, como a Praia do Forte, formam um cenário de circunstâncias novas no presente, onde se movimentam atores e interesses que transcendem o local. Uma realidade local, tradicional e conservadora, passa a conviver com outra realidade na mesma territorialidade, estabelecida a partir do componente logístico e da especificidade funcional redefinida, no caso o turismo. Nesse contexto, os lugares passam a ter importância fundamental nas novas estratégias econômicas globais/mundiais principalmente, em função dos novos condicionamentos territoriais que acabam se apropriando dos espaços.

6. POLÍTICAS PÚBLICAS, AGENTES SOCIAIS PRODUTORES DO ESPAÇO EM PRAIA DO FORTE E SUA ARTICULAÇÃO COM O CAPITAL INTERNACIONAL

As políticas do turismo, no Brasil, são recentes. Até meados da década de 60, pode-se dizer que não existiam políticas de turismo, existiam apenas leis e decretos-lei desconexos e restritos a aspectos parciais da atividade. Tratava-se da regulamentação de agências de viagens e turismo e isto era o suficiente. Cruz (2000) chama esse período de a “pré-história” jurídico-institucional das políticas nacionais do turismo. Afirma esta autora, que uma cultura de valorização do turismo não é algo que se constrói da noite para o dia ou por meio de atos administrativos ou de diplomas legais. Isto somente pode ser construído social e historicamente.

Diz Moraes (1994, p. 29) que as políticas públicas podem ser agrupadas em três grandes campos: políticos econômicos (cambial, financeira, tributária etc.), políticos sociais (educação, saúde, previdência etc.) e políticos territoriais (urbanização, regionalização, transportes etc.). Existem ações estatais que modulam o espaço, qualificando-o como condição para as outras espacializações. A essas políticas o autor denomina territoriais, isto é, que produzem espaço.

A produção e o consumo de territórios pelo turismo em Praia do Forte, são entendidos como atividade inserida no processo de produção capitalista, portanto, forma encontrada pelo capital para sua reprodução no local. Esta atividade tem dinamizado a região do Litoral Norte da Bahia como um todo, do ponto de vista econômico e social, nos últimos 20 anos.

Neste contexto, a lógica do consumo do espaço pelo turismo em Praia do Forte, no qual, o turismo atualmente caracteriza-se por crescente massificação, é atender a um público cada dia mais diversificado e exigente, com oferta de meios de hospedagem mais elitizadas. Assim, inúmeros projetos estão sendo pensados juntamente com o capital internacional, transformando o desejo tornado coletivo pela estratégia de marketing do Governo e da iniciativa privada em realidade concreta, espacialmente materializada.

Para se discutir a correlação entre políticas públicas e agentes internacionais em Praia do Forte é necessário, de antemão, discutir acerca dos motivos pelos quais estes agentes internacionais se voltaram à esta localidade, desta forma é possível traçar as linhas que possibilitaram a convergência entre estes dois elementos de análise.

Neste sentido, os fenômenos que acontecem indicam tendências. De acordo com Santos (1988), o espaço não é passivo e tampouco inerte, portanto, deve ser analisado a partir de sua dinâmica e dos processos.

Praia do Forte, tal como é concebida atualmente, é uma localidade que surge, alimenta-se e vive através da atividade turística e de toda o capital que este setor movimenta. É justamente a partir do enaltecimento do local através do apelo turístico, somado à uma série de fatores que perpassam pela competência do Estado, que agentes internacionais voltam seus olhares à Praia do Forte, vislumbrando-a como fonte e possibilidade de investimento e crescimento de seus capitais. Entretanto, ao longo desta discussão, faz-se necessário expor o contexto histórico no qual Praia do Forte está inserida, para que, desta forma, seja possível elucidar os momentos pelos quais as linhas paralelas entre capital internacional, sua correlação com os demais agentes sociais produtores do espaço urbano e as políticas públicas tornaram-se linhas perpendiculares, convergindo entre si.

Para Castells (2002, p. 435), o “espaço é a expressão da sociedade”. Se nossas sociedades estão passando por transformações estruturais, é válido inferir que estão surgindo novas formas e processos espaciais, que originam “novas” configurações do espaço, cujas formas e processos são constituídos pela dinâmica de toda uma estrutura social. Portanto, as transformações nas relações sociais, que vem ocorrendo na Praia do forte, não têm se dado de modo uniforme, estão avançando mais rapidamente no entorno da vila e na área litorânea que em outros lugares. Novas forças produtivas têm sido produzidas e distribuídas através da internacionalização do capital no lugar.

A área onde, atualmente, encontra-se Praia do Forte era ocupada, antes do início da colonização europeia, majoritariamente, pela tribo indígena dos Tupinambás e, no século XVI, mais precisamente no ano de 1551, iniciou-se a construção, por parte do fidalgo português Garcia D’Ávila, de um dos mais icônicos marcos de Praia do Forte, a Casa da Torre. Foi também, durante este período, que começara a surgir o povoamento e ruralização das terras próximas a esta fortificação, sempre marcado por muitas disputas com as populações indígenas que ali habitavam.

O local caracterizou-se, durante séculos, como uma fazenda tradicional de produção agropecuária, passando a qualificar-se, entre o final do século XIX e início do século XX, como uma vila de pescadores (ver à esquerda da figura 5).

Figura 5 – Entrada da então vila de pescadores e entrada do atual aglomerado



À esquerda está a entrada da antiga vila de pescadores. Fonte: Brito (2018). À direita está foto do núcleo central do atual aglomerado da Praia do Forte / BA. Fonte: Santana, F. (2021).

Foi somente no ano de 1971 que toda a área compreendida como Fazenda Praia do Forte foi vendida para o engenheiro paulista, descendente de alemães, Klaus Peters. O mesmo vislumbrou na área um grande potencial turístico e imobiliário enaltecido pela natureza local.

A década de 1970 foi um período de importante crescimento no setor turístico nacional, passando por uma expansão significativa resultante do chamado “milagre brasileiro”. Mais tarde, com a popularização e maior acessibilidade das viagens aéreas entre a classe média do país, vinculada ao expansionismo rodoviário no Brasil, a região nordeste, durante e após a crise econômica do início da década de 1980, passa a enxergar a crescente movimentação turística como uma provável e lucrativa melhora da economia regional (THEVENIN, 2011, p. 09). Estes fatos seriam então prerrogativas de muitos investimentos e mudanças socioespaciais, principalmente no litoral nordestino e, conseqüentemente, em localidades como Praia do Forte.

A venda da Fazenda Praia do Forte se deu por motivos de conflitos familiares entre os descendentes dos D'Ávilas que, preocupados com a administração local e com os direitos adquiridos pelos trabalhadores rurais, a coloca em prática mediante alguns termos de contrato, os quais são trazidos por Sobrinho (1998):

No ato da compra, [...] ficou estipulado que, além das glebas, faziam parte da venda todos os seus pertences e benfeitorias, incluindo, casas, depósitos e construções as mais diversas, bem como, plantações e culturas, notadamente, o coqueiral, incluindo, as casas onde residem os reideiros, pertencentes às fazendas. Foi transferido, também, os direitos de ocupação e o domínio útil dos terrenos da marinha, beneficiado com casa de veraneio, com área construída de 200 m², bem próximo da vila de Praia Forte, de acordo com Alvará de Autorização nº 263 do Serviço do Patrimônio da União e da Delegacia do Estado da Bahia, 25 de novembro de 1971 (SOBRINHO, 1998, p. 27).

Nota-se que, através da história, Praia do Forte sofreu diversas formas de ocupação, marcadas por divergências quanto à sua gestão e controle, além de muitas disputas territoriais, principalmente no âmbito jurídico. Este fato contribuiu para a consolidação do atual cenário local, sua organização socioespacial e padrões do uso e ocupação do solo.

O Estado foi um importante personagem no processo de compra da Fazenda Praia do Forte e na concretização do desejo de Klaus Peters em transformá-la em um importante complexo turístico, visto que toda a zona costeira do Litoral Norte da Bahia foi inserida em programas de desenvolvimento turístico, além da expansão e melhorias da rodovia BA-099 que facilitou o acesso à localidade e fomentou a chegada de empreendimentos hoteleiros. Foi somente de meados para o final da década de 1970 que Praia do Forte se tornou um polo atrator do turismo de veraneio. Dentre os programas adotados pelo governo da época Sobrinho (1998) aponta que:

No período de 1970 a 1980, o governo do Estado, através da Secretaria de Indústria e Comércio – CETUR e BAHIAURSA, elaborou estudos e programas que definiam diretrizes, sugestões políticas e medidas concretas para o desenvolvimento do turismo ao longo do litoral baiano. Dentre esses programas destacam-se o Plano Turístico do Recôncavo (PTR)-1971 e o Programa de Remanejamento da Orla Marítima do Estado da Bahia-1985. [...] Para viabilizar os programas, várias medidas foram tomadas pelo governo estadual como a ampliação e modernização do Aeroporto Dois de Julho, a implantação do *ferry-boat* na capital, a construção da BA-099 - Estrada do Coco (Salvador - Itacimirim) e outras obras de infraestrutura em diversas áreas do litoral baiano (SOBRINHO, 1998, p. 29, 30).

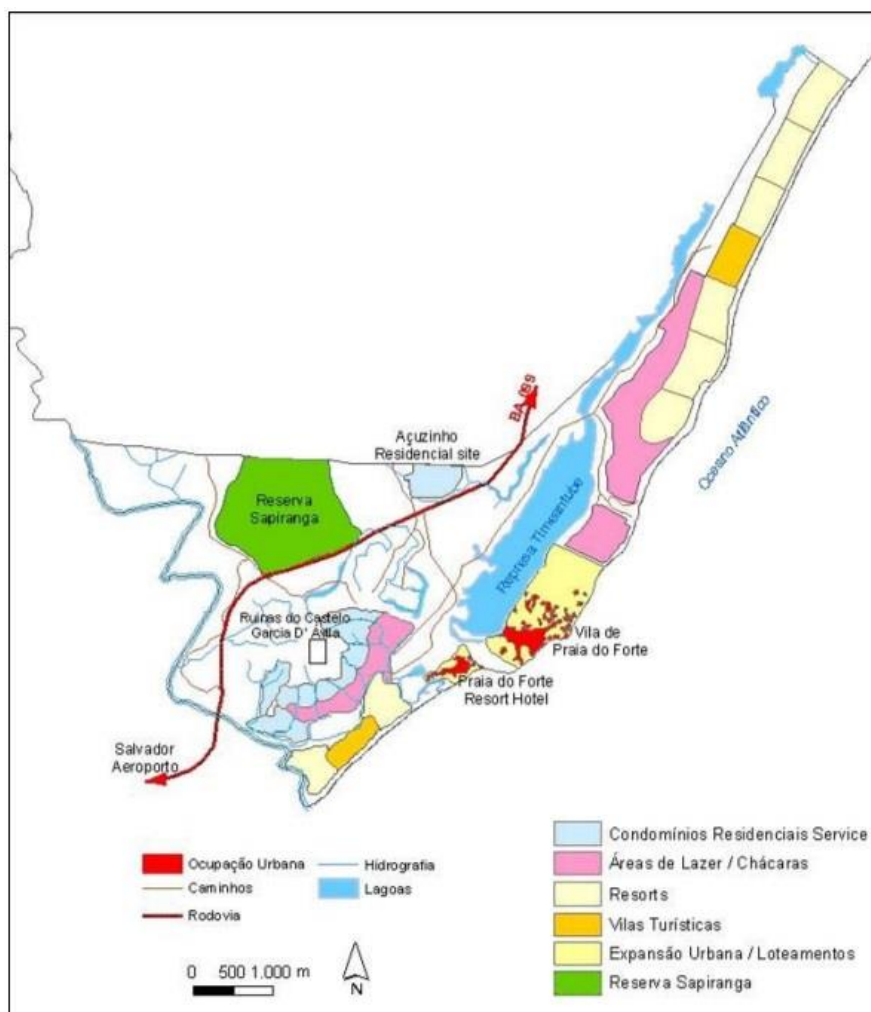
Brito (2018), em obra intitulada “Praia do(s) Forte(s) onde os fracos lutam pra ter vez” aponta um pouco mais sobre as facilitações governamentais pelas quais Klaus Peters beneficiou-se:

[...] Klaus Peters, além de contar com o apoio do Governo do Estado, com relação ao fornecimento de crédito e dispensa de cobrança de impostos ao seu empreendimento, também se beneficiou, durante décadas, da ausência dos órgãos ambientais na área, o que lhe possibilitou implementar sem restrições, sua proposta ecoturístico-mercantil na Praia do Forte. [...] Já ciente e antevendo os possíveis desdobramentos dos acontecimentos em relação ao seu empreendimento, ele tinha uma ideia bem clara dos passos que seriam dados, os governantes e as instâncias governamentais a serem acionadas e o perfil dos profissionais contratados para materializar o seu projeto [...] (BRITO, 2018, p. 77).

Outra importante conquista de Klaus Peters para a concretização do projeto Praia do Forte foi a aprovação do Plano Urbanístico de Praia do Forte (aprovado pela Prefeitura do município de Mata de São João no dia 11/12 de 1979), que mais tarde viria adequar o *Master Plan* da Praia do Forte (ver Figura 6), o qual, mediante assinatura de um termo de acordo e compromisso entre a prefeitura e os proprietários

da Fazenda Praia do Forte, cria o chamado Loteamento Praia do Forte, este sujeito a algumas cláusulas que definiam a área total dos lotes, das áreas verdes, dos arruamentos, entre outras, bem como trazia algumas competências para os proprietários, tais como a implantação de infraestrutura de pavimentação, por exemplo:

Cláusula Primeira - Pelo presente instrumento, a Prefeitura de Mata de São João, concede licença aos proprietários da fazenda Praia do Forte, já mencionados, para implantação do loteamento Praia do Forte, de acordo com o projeto aprovado e memorial descritivo que integra o presente termo. (Trecho do Termo de acordo e compromisso da criação do Loteamento Praia do Forte, 11/12/1979, fundamentado pela Lei Municipal de 18/1977 e regulamentado pelo Decreto Municipal nº32/1979).

Figura 6 – *Master Plan* da Praia do Forte

Fonte: Santos, 2011. Elaborado pela URPLAN – Urbanização e Planejamento e Arquitetura entre 1992-94.

Analisando as caracterizações dos distintos agentes sociais produtores do espaço, segundo Correa (1995), é possível perceber que Klaus Peters, mais que um importante personagem na construção imagética e socioespacial de Praia do Forte atuou como proprietário fundiário e promotor imobiliário. A partir da compra da Fazenda Praia do Forte, facilitada por ações estatais, pode-se definir Klaus Peters como um proprietário fundiário, uma vez que este buscou, através desta ação, uma valorização de suas terras e, a fim de obter a maior renda fundiária de sua propriedade e investindo na então proposta de lucrar através de investimentos que favoreceriam populações de status, beneficiando-se de investimentos públicos que perpassaram

pelas instâncias municipais, estaduais e federais através das ações já mencionadas acima.

O loteamento junto à promoção e “permissão” da construção de casas de alto padrão em Praia do Forte caracterizou a imagem de Klaus Peters também como um promotor imobiliário, colocando-o no patamar de um outro importante agente social produtor do espaço. O beneficiamento da imagem local foi uma estratégia do engenheiro, o qual buscou tornar Praia do Forte um espaço turístico diferenciado, no qual fosse possível encontrar formas distintas de consumir este espaço.

Cerca de 48,4% do Loteamento Praia do Forte estava destinado à construção de residências, *villages* e condomínios fechados, 30% para áreas verdes e arruamentos e 13,9% para a construção de equipamentos do setor hoteleiro, como pousadas e hotéis por exemplo (BRITO, F., 2018, p. 90). Para além de uma localidade puramente turística, Praia do Forte se tornava, também, um receptáculo de empreendimentos voltados para residência e segunda residência.

Na tentativa de impedir o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) de apropriar-se do Castelo Garcia D’Ávila, Klaus Peters cria, em 1981, a Fundação Garcia D’Ávila (FGD), a fim de permanecer no controle do castelo e de seus arredores (BRITO, 2018, p. 98). A Fundação tinha como principais objetivos desenvolver pesquisas nas áreas humanas e biológicas, além de preservar as ruínas do castelo. Atualmente a fundação funciona como uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) e suas atividades compreendem:

[...] a missão de preservar e restaurar o Castelo Garcia D’Ávila, desenvolver pesquisas arqueológicas no entorno do monumento, o controle ambiental da região urbana que compreende Praia do Forte e seus atributos naturais e a preservação dos remanescentes da Mata Atlântica contidos nas Reservas da Sapiranga, Camurugipe e Passagem Grande, além das áreas de restingas (dunas e manguezais) e de coqueirais. (Trecho retirado da apresentação da Fundação Garcia D’Ávila em seu site oficial. Data de visualização: 09/09/2019; link: https://www.fgd.org.br/a_fundacao/01.html).

A FGD atuou como um importante agente hegemônico no uso e ocupação do solo em Praia do Forte, como destaca Sobrinho (1998) afirmando que a fundação é considerada como o “[...] principal agente articulador de várias políticas locais, ator-empREENDEDOR, provedor de bens e serviços públicos sendo apontado, portanto, como o principal agente transformador deste espaço” (SOBRINHO, 1998, p. 03).

A estrutura hoteleira necessária para receber os futuros visitantes de Praia do Forte tem como um importante “marco introdutório” o financiamento e construção da Pousada Praia do Forte, primeiro empreendimento do ramo instalado na localidade

após a compra por Klaus Peters. Referente a isso, Brito (2018) expõe os seguintes fatos:

Para realizar o Plano de Urbanização e Normas de Arquitetura e ocupação do solo de Praia do Forte, o projeto da Pousada e do Hotel *Resort Praia do Forte*, Klaus Peters contratou um já conhecido seu, o arquiteto Wilson Reis Neto [...] com quem viajou para destinos turísticos internacionais, analisando as experiências implementadas nestes lugares e vendo, em que medida, elas poderiam contribuir para o projeto Praia do Forte. [...] No final de 1982, foi inaugurada a Pousada Praia do Forte, que pelo seu pioneirismo e com suas 15 cabanas foi a base de apoio da implantação de hotéis na localidade e serviu de referência pelo fato de utilizar elementos tradicionais da região como a madeira para sustentar os beirais e o teto com a cobertura de palha. Segundo Wilson Reis Neto “a Pousada Praia do Forte, localizada às beiramar, foi concebida também com ambientes voltados para a piscina e para os *chalets* individuais circundantes, discretamente camuflados pelos jardins e pelo grande coqueiral” (BRITO, 2018, p. 85).

Em 1992 entrou em vigor o Programa de Desenvolvimento Turístico da Bahia (PRODETUR – Bahia), este serviu como base na atuação pública do Estado no setor turístico, principalmente na oferta de infraestrutura básica, como saneamento, construção de estradas, entre outras, conforme Santos (2006):

O PRODETUR Bahia – I tinha como propósito ampliar e melhorar a infraestrutura básica nas áreas turísticas do Estado, estimular a iniciativa privada para o desenvolvimento dos equipamentos e serviços turísticos, viabilizar a melhoria dos serviços públicos de apoio à atividade turística, qualificar a mão-de-obra utilizada no turismo e fomentar a atividade turística no mercado nacional e internacional (SANTOS, 2006, p. 88).

Este programa viria a contribuir no avanço de Praia do Forte como um importante destino turístico de nível internacional, propiciando condições favoráveis para a atração de investimentos nacionais e internacionais no ramo turístico, como afirma Santos (2006):

Inicialmente o PRODETUR – Bahia contava apenas com recursos advindos do Tesouro do Estado da Bahia. No entanto, em 1994, o programa também passou a receber financiamento federal e de instituições internacionais, a partir da inclusão da Bahia no programa federal PRODETUR / Nordeste – Programa de Desenvolvimento do Turismo para a região Nordeste [...] A partir desse momento, o PRODETUR – Bahia passou a receber recursos financeiros do governo federal e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) repassados pelo Banco do Nordeste (BNB). O programa contou ainda com o financiamento do Banco Mundial (BIRD), Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), Caixa Econômica Federal (CEF) e Empresas Brasileira de Turismo (EMBRATUR) (SANTOS, 2006, p. 88).

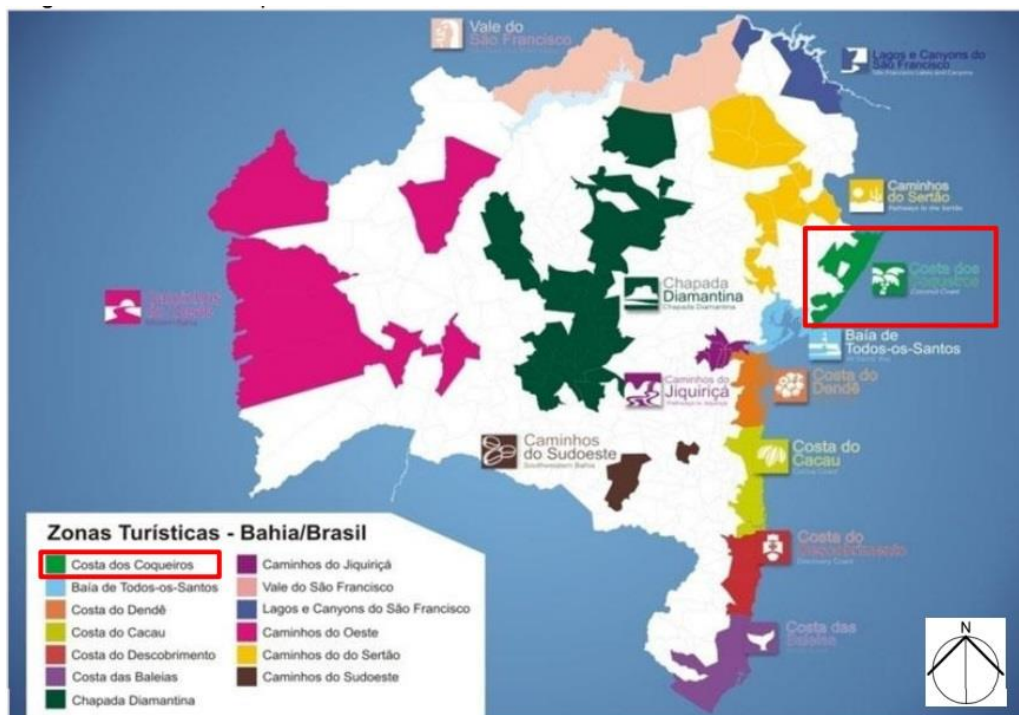
O PRODETUR / Nordeste abrangia quatro macroestratégias que perpassavam pela captação de agentes imobiliários internacionais, junto à manutenção do fluxo de turistas estrangeiros que garantissem a ocupação de equipamentos do setor turístico-hoteleiro, bem como estratégias de melhorias da

infraestrutura urbana dos municípios contemplados pelo programa. Seu principal objetivo “criar condições favoráveis à expansão e melhoria da qualidade da atividade turística e melhoria da qualidade de vida das populações dos municípios alcançados” (PAIVA, 2010, p. 08). Estas estratégias contribuíram na atração de investimento do capital internacional em localidades como Praia do Forte.

Através do PRODETUR / Nordeste, O BNDES encomendou uma série de estudos com a finalidade de que fossem apontadas as atividades econômicas que apresentariam vantagens competitivas, caso fossem desenvolvidas na região nordeste do Brasil e, segundo Thevenin (2011), “a conclusão destes estudos identificou que uma das oportunidades mais viáveis para a região era o Turismo, pelo fato de a Região Nordeste apresentar recursos cênicos e culturais significativos, além de mão-de-obra em abundância e com custos relativamente baixos” (THEVENIN, 2011, p. 10).

Atualmente Praia do Forte é tida como a localidade centralizadora que firma a chamada Costa dos Coqueiros (ver Figura 7) como uma das 13 zonas turísticas que subdividem cerca de 156 municípios no estado da Bahia (MILANEZ, 2018, p. 49).

Figura 7 – Mapa das zonas turísticas da Bahia



Fonte: Bahia (2011) adaptado e organizado por MILANEZ, 2018.

Na segunda metade da década de 90, a Pousada Praia do Forte, durante a administração de Klaus Peters, passa por uma considerável ampliação e pela mudança de nome, agora conhecido como Praia do Forte *Ecoresort*; tais mudanças não vieram por acaso, uma vez que surgia o interesse por um turismo mais voltado para a preservação ambiental, a presença do “verde” e o consumo destas paisagens por uma população de alto poder aquisitivo.

O Praia do Forte *Ecoresort* foi pioneiro de novos empreendimentos do tipo *resorts* que chegariam ao Litoral Norte da Bahia, em especial a Praia do Forte, trazendo um modelo de hospedagem “autossustentável”, uma vez que se caracteriza por oferecer uma ampla variedade de serviços aos seus hóspedes, favorecendo com que estes permaneçam sempre no empreendimento, sem a necessidade de contato com seu exterior.

Em 2001 é finalizada a primeira fase do PRODETUR I e, logo em 2002, inicia-se a negociação do PRODETUR / Nordeste II que é aprovado no mesmo ano e dá continuidade às ações do PRODETUR I. Esta nova fase do programa viria a estabelecer polos de atuação em diversos pontos do território nacional, dentre eles o polo nomeado como Salvador e Entorno, no estado da Bahia (PAIVA, 2010, p. 09).

Entra em vigor, no dia 20 de julho do ano de 2005, a Lei municipal nº 229 a qual modifica os limites da área urbana do município de Mata de São João, transformando áreas que de antemão eram rurais, para áreas urbanas, como é possível destacar no Art.1º da referida lei:

Art. 1º. Modifica os limites da área urbana do litoral do Município de Mata de São João, que passa a coincidir com as especificações do Distrito Turístico e Ecológico da Orla deste Município criado pela Lei. 185/2003, que corresponde à área que começa no ponto situado na margem direita da foz do rio Pojuca e segue por essa margem rio acima até o ponto distante 10.000 (dez mil) metros na perpendicular do Oceano Atlântico sobre essa margem, onde faz ângulo de 90º (noventa graus) e, daí, deflete à direita em linha reta, até o ponto distante 10.000 (dez mil) metros perpendicular ao Oceano Atlântico sobre a margem esquerda do rio Sauípe e, daí, segue por essa margem até a sua foz e desta, segue, ainda, à direita, margeando o Oceano Atlântico até o ponto onde começou a descrição dessa área (Prefeitura Municipal de Mata de São João, lei nº 229 de 20 de julho de 2005).

Transformando uma área rural em área urbana, esta lei impactou diretamente na flexibilização da instalação de novos empreendimentos, bem como no aumento do IPTU cobrado neste local. Estes fatos contribuíram no processo de valorização e transformação espacial desta área atraindo empresas, instituições e organizações atuantes no cenário internacional as quais deixam e continuam a deixar sua marca

em Praia do Forte, introduzindo e fomentando o processo de internacionalização do capital.

No ano seguinte à implementação da Lei nº 229, em 2006, Praia do Forte recebeu investimentos de duas grandes empresas do setor turístico-hoteleiro e imobiliário através da instalação e melhoria de empreendimentos deste segmento. Ocorre a aquisição do Praia do Forte *Ecoresort* pela empresa portuguesa *Tivoli Hotels & Resorts*, o qual passa a se chamar *Tivoli Ecoresort* Praia do Forte, bem como ocorre a inauguração do empreendimento *Iberostar Bahia*, da empresa espanhola *Iberostar*.

A *Iberostar* é uma empresa do setor turístico-hoteleiro pertencente única e exclusivamente ao bilionário espanhol, o Miguel Fluxá Rossello, o qual encontra-se à frente da presidência do grupo. Enquanto a *Tivoli Hotels & Resorts*, no período de sua inserção em Praia do Forte, pertencia ao grupo português Espírito Santo Turismo vinculado ao conglomerado do Banco Espírito Santo (BES), o qual já detinha participação no mercado imobiliário brasileiro através da *Inves Tur* (companhia brasileira de desenvolvimento imobiliário turístico).

As empresas europeias do ramo turístico e hoteleiro se voltaram aos mercados da América Latina e Ásia buscando ampliar este mercado que, em certa escala, já se encontra saturado em destinos europeus e estadunidenses. Este fenômeno pode ser entendido como reflexo do processo de globalização que acaba por intensificar a competição destas empresas através da extensão do mercado (GOMES, 2011).

Para além da saturação do mercado europeu, a necessidade de expansão destas empresas, a crise econômica de 2008, que afetou diretamente o mercado turístico e imobiliário da Europa, associado às altas taxas de densificação de ocupação nos mais tradicionais destinos turísticos internacionais (a exemplo da costa da Península Ibérica) que acaba por hiper valorizar o metro quadrado nestas áreas, incentivaram a mudança de foco destas empresas para o litoral do nordeste brasileiro, o qual dispunha e ainda dispõe de gigantescas áreas não exploradas e a preços muito inferiores aos trabalhados em território europeu (GOMES, 2011).

Em 2008, o grupo *Iberostar* inaugurou seu segundo empreendimento em território baiano, o *Iberostar* Praia do Forte, mais luxuoso que o *Iberostar* Bahia, primeiro empreendimento desta empresa no aglomerado de Praia do Forte. A inauguração deste empreendimento ficou marcada pela presença de Miguel Fluxá Rossello (presidente e proprietário do grupo *Iberostar*) numa cerimônia que contou

ainda com a presença do então governador da Bahia, Jaques Wagner, o então ministro do turismo Luís Barretto, o então prefeito de Salvador/BA, João Henrique, dentre outras personalidades. Miguel F. Rossello, em seu discurso na solenidade de inauguração do evento em questão, levantou algumas solicitações ao então ministro do Turismo, bem como ao então governador do estado, como a melhoria da ligação asfáltica entre Praia do Forte e a sede do município de Mata de São João; segundo Miguel, grande parte de seus colaboradores residiriam na sede municipal, questões como segurança nas praias também foram solicitados por ele durante seu discurso.

Os empreendimentos do Iberostar em Praia do Forte (ver Figura 8) foram construídos através da parceria da própria Iberostar com a construtora brasileira Santa Helena, empresa sediada em Salvador / BA e fundada em 1975 pelo então governador do Estado da Bahia Antônio Carlos Magalhães, o qual, em 2006 (ano de inauguração do Iberostar Bahia, primeiro empreendimento da rede no litoral baiano) atuou no senado federal. A Santa Helena Construtora se destaca em Praia do Forte como a maior construtora da rede imobiliária em seu território, atuando, junto ao capital nacional e internacional, na construção e na incorporação de diversos empreendimentos no aglomerado em questão.

Figura 8 – Empreendimentos da Iberostar em Praia do Forte / BA



À esquerda imagem do empreendimento Iberostar Bahia. Fonte: site oficial do Iberostar Bahia. À direita imagem do empreendimento Iberostar Selection Praia do Forte. Fonte: site oficial do Iberostar Selection Praia do Forte. Data de acesso: 27/07/2022

A crise econômica de 2008 fez com que governos de diversos países adotassem medidas para mitigar ou reduzir seus efeitos. Em Portugal (país sede da então empresa portuguesa *Tivoli Hotels & Resorts*) uma destas medidas se galgava no apoio financeiro ao processo de internacionalização destas empresas, conforme consta na Resolução do Conselho de Ministros nº 115/2009:

Criar durante o primeiro trimestre de 2010 um novo Fundo, no montante de 250 milhões de euros para apoiar operações de desenvolvimento das pequenas e médias empresas em mercados externos, criar o conselho para a promoção da internacionalização, criar uma estrutura interministerial para a internacionalização, criar uma Rede de altos quadros portugueses de empresas no exterior, em articulação com a diplomacia econômica e a AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, dentre outras medidas (Resolução do Conselho de Ministros nº 115/2009).

A Resolução do Conselho de Ministros nº 115/2009 de Portugal deixou bem evidente a necessidade de internacionalização da economia portuguesa como “[...] estratégia fundamental para uma recuperação económica sustentada, capaz de estimular o crescimento económico no médio prazo, de promover a renovação da base produtiva e de reduzir o défice externo”. A iniciativa do Estado frente à expansão do capital das empresas portuguesas caracteriza a necessidade capitalista de ampliação dos recursos e busca por novos mercados que possam fornecer mais acumulação de capital, conforme aponta Harvey (2008)⁴:

Se não há suficiente poder de compra no mercado, então novos mercados devem ser encontrados pela expansão do comércio exterior, promoção de novos produtos e estilos de vida, criação de novos instrumentos de crédito e financiamento estatal de dívida e gastos privados. Finalmente, se a taxa de lucro está muito baixa, então a regulação estatal da “competição arruinada”, da monopolização (fusões e aquisições) e a exportação de capital fornecem a saída (HARVEY, 2008, p. 75).

A estratégia de expansão internacional das empresas pelo governo português demonstra o papel do Estado como agente regulador e uma relação direta deste agente social produtor do espaço urbano com promotores imobiliários e proprietários fundiários na manutenção e(ou) ampliação de acumulação dos seus recursos, afinal o próprio Estado também age em detrimento dos interesses privados destes agentes e em favor do sistema capitalista.

Em 2016, a então rede portuguesa *Tivoli Hotels & Resorts* foi vendida por cerca de € 294,2 milhões para o grupo *Minor Hotel Group* através da acionista *Minor International Public Company Limited*, ou simplesmente Mint (empresa com sede em Banguecoque, na Tailândia, focada nos negócios da hotelaria e da restauração), o qual a opera até hoje. Essa compra permitiu que a gigante tailandesa pudesse penetrar, ao mesmo tempo, no mercado europeu e latino-americano através da compra da rede *Tivoli*, permitindo que ela já expandisse seus negócios no Brasil com a infraestrutura de um grande e importante resort já instalada.

⁴ Traduzido do original em inglês “The right to the city”, por Jair Pinheiro, professor da FFC/UNESP/ Marília. Esta versão foi cotejada com a publicada na *New Left Review*, n. 53, 2008.

A compra e venda de empresas de grande porte, tal qual a venda da *Tivoli* pela Mint, denota uma característica muito comum no mundo capitalista, a de acumulação do capital e reinvestimento dos lucros para expansão da mais-valia, Harvey (2008) afirma que:

Os capitalistas têm de produzir excedente para obter mais-valia; esta, por sua vez, deve ser reinvestida a fim de ampliar a mais-valia. O resultado do reinvestimento contínuo é a expansão da produção de excedente a uma taxa composta – daí a curva lógica (dinheiro, produto e população) ligada à história da acumulação de capital, paralela à do crescimento da urbanização sob o capitalismo. A necessidade perpétua de encontrar terreno lucrativo para a produção e absorção de excedente de capital molda a política do capitalismo e, também, confronta os capitalistas com várias barreiras à contínua e problemática livre expansão (HARVEY, 2008, p. 74).

Embora comum entre uma elite investidora, detentora das grandes incorporações no cenário global, fatos como a compra da Fazenda praia do Forte por Klaus Peters e o investimento do Estado em beneficiamento dos seus projetos; a incorporação de novos equipamentos do setor turístico-hoteleiro, tal qual a construção da Pousada Praia do Forte; a venda desta mesma pousada para a então rede portuguesa Tivoli; a construção de infraestrutura viária que daria acesso a estes empreendimentos; as políticas públicas contidas em programas como o PRODETUR, financiadas por instituições de capital internacional e pelo próprio Estado nacional; as articulações entre proprietários fundiários, promotores imobiliários e Estado, caracterizado por “negócios” que perpassam por suas distintas atuações na construção social do espaço; o poder de influência de grandes empresários frente à representatividades públicas nacionais, como prefeitos, governadores e ministros; a incorporação da rede Tivoli por um maior e mais poderoso aglomerado de empresas, o tailandês *Minor Hotel Group*; demonstram que estes processos só tendem a favorecer um maior e crescente acúmulo de capital desta elite extremamente pequena em número, porém com poderes gigantescos na produção e reprodução do capital e, conseqüentemente, na produção social do espaço, levando este espaço a se tornar cada vez mais desigual.

Neste Contexto, são os territórios que atendem à exigência do novo ritmo de reprodução do capital, muito mais financeiro que o capital industrial, que vinha gerenciando a organização do espaço e que, ao longo dos últimos séculos, foi definindo as fronteiras nacionais em todas as áreas do mundo. Portanto, o impacto da globalização, tem se mostrado altamente desigual na (re)configuração dos espaços da Praia do Forte, visto que a lógica espacial do capitalismo e,

consequentemente, das empresas do ramo hoteleiro que se instalaram na localidade, favorecem e continuam favorecendo alguns lugares em detrimento de outros. Vale ressaltar que, no mundo em que as empresas tornaram-se cada vez mais poderosas, dentro do mundo global, a competição interestatal para a localização da produção significa o desejo de assegurar os meios de crescimento econômico, o estado soberano ficou vulnerável aos interesses das grandes corporações e consequentemente do capital internacional.

7. EMPRESAS E INSTITUIÇÕES DE CAPITAL INTERNACIONAL QUE ATUAM EM PRAIA DO FORTE

É importante ressaltar que o capital de investimento estrangeiro sempre esteve vinculado à produção do espaço em Praia do Forte. Klaus Peters utilizou-se de sua influência no cenário internacional (principalmente alemão) para buscar parcerias e atrair este público. Brito (2018) destaca que, em 1985, Klaus amplia:

[...] sua participação no setor de hotelaria e constrói o hotel Robinson Club, graças a financiamentos junto à 'Sudene, Desenbanco, BNDES e crédito de um banco alemão'. Com esta investida e associando-se ao *Steigenberg*, principal grupo hoteleiro da Alemanha, ele visava colocar o destino Praia do Forte no mapa turístico e, também, atingir uma clientela internacional, formada sobretudo pelos turistas alemães. (BRITO, 2018, p. 85 e 86).

Uma parcela dos empreendimentos encontrados em Praia do Forte, bem como em todo Litoral Norte do estado, é pertencente a empresas estrangeiras, destacando-se empresas espanholas e portuguesas. Este fato traduz a forte influência do capital estrangeiro na produção e valorização do espaço em Praia do Forte, levando em consideração que diversos bancos internacionais participaram do financiamento do turismo desta localidade. Santos (2006) contribui dizendo “de rústica comunidade de pescadores, com ruas de chão batido e casas de sapé, a localidade transformou-se em um elegante destino turístico reconhecido a nível nacional e internacional” (SANTOS, T. 2006, p. 8).

Dentre os setores que mais atraem os olhares dos investidores estrangeiros para Praia do Forte, se destaca o setor da construção e venda de imóveis, o qual ganhou um impulso extra em Praia do Forte a partir da década de 2000 com a chegada de investimentos de grandes grupos estrangeiros, principalmente portugueses e espanhóis, que, segundo Muricy (2009, p. 17), diante da saturação do mercado e das exigências do público europeu, estariam trazendo “[...] como novidade a conjugação da atividade hoteleira com condomínios residenciais, uma nova tendência do mercado turístico mundial [...]”. Neste sentido, empresas de capital internacional estariam aproveitando da dinâmica do uso e ocupação do solo que aproximou empreendimentos hoteleiros e de segunda residência investindo no mercado imobiliário da localidade.

No ramo imobiliário, além da atuação dos grupos ligados ao setor de modo strictu sensu, na última década, grupos do setor hoteleiro, notadamente os de bandeiras estrangeiras, tem explorado tal filão de mercado a partir da

abertura de condomínios residenciais nas proximidades dos hotéis.
(BRANDÃO, 2015, p. 23)

Um exemplo indispensável a ser mencionado é a empresa Single Home, promotora e construtora espanhola fundada em 1987 através da integração de diversas empresas atuantes no mercado imobiliário desde o ano de 1966. Em território nacional, a Single Home está presente em Trancoso (litoral sul do estado da Bahia) e Praia do Forte, sendo responsável, nesta última localidade, pela construção do empreendimento La Laguna Praia do Forte às margens dos limites do Parque Municipal Klaus Peters, detendo, para si, o usufruto de parte do represamento de braços da Lagoa Timeantube.

Investindo no mercado hoteleiro e imobiliário de segunda residência, a empresa espanhola detém cerca de 765.300 m² subdivididos em 5 áreas com 40 leitos de hotel, spa, 171 casas unifamiliares, 160 apartamentos e clube esportivo, divididos em duas etapas de implantação que contam com lotes a partir de 800 m². Em site oficial do empreendimento La Laguna, a empresa exalta a riqueza histórica, paisagística e ambiental de Praia do Forte, além das opções gastronômicas presentes no núcleo do aglomerado.

Praia do Forte é um destino de muitos destinos, afinal não lhe faltam atrações. A começar pela importância histórica, representada pelas ruínas do icônico Castelo Garcia D'ávila, que conta um pouco do período do Brasil Colônia. A reserva Sapiranga, um santuário de preservação da Mata Atlântica, um convite para quem gosta de trilhas. A deliciosa vila e seu calçadão repleto de opções para os amantes da gastronomia. Por fim, pelas suas belíssimas praias com piscinas naturais, onde nasceu um bem sucedido projeto de preservação das tartarugas marinhas (Trecho retirado da página principal do site de divulgação do empreendimento La Laguna Praia do Forte. Data de visualização: 20/07/2022. Link de acesso: lalaguna.com.br).

Outro importante e emblemático exemplo é o do Grupo Américo Amorim, *holding* de origem portuguesa que nasceu e vem se desenvolvendo a partir da ampliação de setores de mercado desde sua fundação, em 1870, por António Alves Amorim, tendo iniciado suas atividades no setor industrial através da fabricação de rolhas de cortiças, o qual se destaca como maior produtor mundial até os dias de hoje (GRUPO A. AMORIM, 2022).

A partir de 1953, com a entrada de Américo Amorim na direção da empresa, esta começa um processo de transformação na indústria corticeira portuguesa, o que culminaria na fundação da Sociedade Portuguesa de Investimentos (SPI); no entanto foi somente a partir de 1992 que a empresa se inclinaria ao setor imobiliário, fundando, neste mesmo ano, a Amorim Imobiliária.

Entre entradas e participações em empresas e bancos espanhóis, angolanos e portugueses, o Grupo Américo Amorim voltou-se ao mercado imobiliário brasileiro apenas a partir do ano de 2008, com a criação da Imobiliária Brasil, paralelamente à criação do banco BIC Português, ingressando no capital da incorporadora Siravol Brasil Ltda (empresa fundada em novembro de 2006 e sediada no município de Mata de São João, mais precisamente em Praia do Forte). Mais tarde, entre o final do ano de 2011 e início de 2012, a *holding* ingressa no capital do Banco Luso Brasileiro (este fundado em 1988 e atualmente sediado no município de São Paulo), o qual foca no financiamento do segmento de transporte público, sem que deixe de atuar em outros setores da economia, a exemplo do segmento imobiliário.

Atualmente, o Grupo Américo Amorim atua em dois grandes projetos imobiliários em território brasileiro, ambos no estado da Bahia, sendo um em Praia do Forte e outro na Península de Maraú, envolvendo entre 26 e 30 milhões de metros quadrados de área, dentre os quais estão cerca de 9,6 km de faixa litorânea e cerca de 920.000 metros quadrados de área construída ou em construção.

Através da Siravol Brasil Ltda, o Grupo Américo Amorim lançou um empreendimento de alto luxo em Praia do Forte, o Piscinas Naturais Praia do Forte (ver Figura 9), o qual foi subdividido em duas etapas, o Piscinas Naturais 1 e o Piscinas Naturais 2, sendo o primeiro subdividido em seis sub condomínios no estilo *village* e o segundo em dois sub condomínios exclusivamente trabalhados com frações de terrenos para moradias unifamiliares. Dentre os sub condomínios do Piscinas Naturais 1, cabe destacar o Village dos Ipês, o qual tem sua construção garantida através da parceria da Siravol Brasil Ltda com a empresa baiana Santa Helena Construtora.

Figura 9 – Folheto publicitário do empreendimento Piscinas Naturais Praia do Forte



Fonte: site oficial do empreendimento Piscinas Naturais Praia do Forte. Data de visualização: 10/07/2022. Disponível em: <https://www.condominiopiscinasnaturais.com.br/apresentacao/>

Contando com terrenos entre 544 e 800 m² situados na faixa costeira de Praia do Forte, o empreendimento Piscinas Naturais conta com um endereço virtual próprio, sendo também divulgado em diversos canais distintos como o site da Siravol Brasil Ltda e o site do Grupo Américo Amorim, no qual se encontra evidente os símbolos, amenidades e equipamentos utilizados, através da publicidade, na nítida proposta de valorização do seu produto final, o empreendimento em si.

O Empreendimento Piscinas Naturais está localizado em Praia do Forte, que conta com atrativos históricos e culturais como o Castelo Garcia D'Ávila, o Projeto Tamar e o Instituto Baleia Jubarte, complementados pela boemia da charmosa vila, a prática de esportes em uma de suas belas praias ou uma trilha de aventura pela Reserva Sapiranga. Tudo isto com a segurança que não se encontra em outro lugar. [...] esse lugar maravilhoso ficou ainda melhor com a exclusividade do Condomínio Piscinas Naturais. Situado entre o mar com suas piscinas cristalinas e a calmaria da lagoa Timeantube, um lugar privilegiado, feito exclusivamente para você. (Trecho retirado da apresentação do empreendimento Piscinas Naturais Praia do Forte em seu site oficial. Data de visualização: 24/04/2022; link: <https://www.condominiopiscinasnaturais.com.br/apresentacao/>).

É notável o usufruto do marketing na apropriação de equipamentos como o Castelo Garcia D'Ávila, o Projeto Tamar, o Instituto Baleia Jubarte e a Reserva da Sapiranga; bem como a apreciação e usufruto de simbologias características do

aglomerado, tais como a boêmia do que é tratado como “vila”, a segurança do local e, por fim, o trabalho publicitário também se utiliza das amenidades para trazer o público a encantar-se com o empreendimento, tais como “o mar com suas piscinas cristalinas e a calmaria da lagoa Timeantube”, demonstrando que “morar perto da natureza” se traduz, para este público específico e de alta renda, como uma oportunidade exclusiva e imperdível. Outro ponto a ser levado em consideração é o favorecimento destes empreendimentos pela proximidade do Aeroporto Internacional de Salvador Dep. Luís Eduardo Magalhães e pela gama de ofertas de serviços de hotelaria de prestígio internacional.

Localizado a 75 km de Salvador há um verdadeiro paraíso, com belas praias margeadas por coqueiros e cercadas por infinitas piscinas naturais de água cristalina. E toda essa natureza convive com a sofisticação de uma vila charmosa, com serviços internacionais de hotelaria, comércio e gastronomia, fazendo de Praia do Forte um lugar desejado por turistas de todo o mundo. O último pedaço desse paraíso foi guardado pra você. (Trecho retirado da página principal do site de divulgação do empreendimento Piscinas Naturais Praia do Forte. Data de visualização: 10/07/2022. Link de acesso: <https://www.condominiopiscinasnaturais.com.br/>).

Estes símbolos de agregação de valor são utilizados até o esgotamento também por promotores imobiliários de capital internacionalizado, ou que se inclina ao mercado internacional, na divulgação de Praia do Forte, como é o caso da IBBI Imóveis que, apesar de ser uma empresa sediada em território nacional, mais precisamente em Salvador/BA, apresenta, em seu site, páginas completas em diferentes países, tais como Portugal, Espanha, Reino Unido, Estados Unidos, Brasil e Itália.

Contando com uma rede de escritórios sediados em Londres (Inglaterra), Porto Seguro/BA e outros três unicamente em Praia do Forte (Praia do Forte Agência 1, Praia do Forte Agência 2 e Praia do Forte Portal D’Ávila), a empresa disponibiliza pessoal e estrutura para recepcionar os possíveis clientes em suas negociações, sejam eles brasileiros ou de origem estrangeira.

Partindo deste pressuposto, a IBBI conta ainda com um setor em seu endereço digital, denominado “Informações para investidores estrangeiros”, no qual enfatiza, em algumas línguas, diversos aspectos culturais, políticos, ambientais, e principalmente burocráticos, acerca do Brasil e, mais especificamente, da Bahia, com a finalidade de esclarecimento para qualquer cliente, investidor ou comprador estrangeiros sobre os desafios e oportunidades que estas pessoas, ou empresas, estarão buscando.

Apesar de sermos uma das corretoras líderes da Bahia, orgulhamo-nos de representar o mercado imobiliário da Bahia fora do Brasil, chegando a diversos investidores estrangeiros. Se você é um investidor estrangeiro que pretende investir no mercado imobiliário da Bahia, não procure nada mais além da IBBI. Nós temos vários agentes fluentes em línguas estrangeiras, oferecendo consultoria de investimento e um panorama sem igual no mercado. Oferecemos assistência com a transferência de dinheiro, documentação e burocracia e podemos ajudá-lo com muitas das questões diferentes que você pode encontrar, colocando-o em contato com os nossos parceiros locais, tais como arquitetos, advogados e construtores. (Trecho retirado do site oficial da IBBI. Data de visualização: 06/05/2022; link para acesso: <https://www.imeveisbrasilbahia.com.br/informacoes-ao-investidor-estrangeiros>).

Na plataforma mencionada acima, é possível encontrar *links* de acesso a diversas perguntas e seus respectivos esclarecimentos conforme aquilo que a empresa decide como elucidar ao cliente estrangeiro com o objetivo de que este sintase mais seguro ao fazer investimentos no país, sem que, necessariamente, conheça ou se aprofunde em suas características. A gama de questionamentos vai desde “Como chegar ao Brasil e à Bahia?” até “Qual o tempo de voo de parte do Brasil e do exterior para a Bahia?”, passando ainda por questionamentos como “Como é a burocracia no Brasil?”, “O investimento estrangeiro é incentivado?”, “Será que o imóvel terá propriedade plena?”, “Estrangeiros podem fazer financiamento imobiliário no Brasil?”, “Há restrições ambientais para construção na Bahia?”, “Como consigo visto de residência permanente no Brasil?”, culminando em discussões sociais profundas, como: “A diferença entre ricos e pobres é tão grande quanto as pessoas dizem? Há muitas lendas urbanas sobre a criminalidade, qual a realidade disso?”.

Na tentativa de elucidação dos questionamentos levantados acima, a empresa claramente busca passar uma ideia direta e objetiva sem que se deixe envolver com questões problemáticas que, de certa forma, tendenciarão o cliente estrangeiro à uma visão deturpada ou, até mesmo, negativa do Brasil, valorizando e enaltecendo os aspectos positivos das simbologias e riquezas naturais e culturais brasileiras.

No mesmo sentido da IBBI Imóveis, alguns aglomerados de imobiliárias de luxo e alto padrão se encontram em sites especializados em imóveis desta tipologia. Criada em novembro de 2011, a Luxury Estate é um endereço digital gerenciado e emitido pela empresa Luxury Media Limited que, por sua vez, trata-se de uma empresa britânica, sediada em Londres, que através do site da Luxury Estate permite que cerca de 50.000 imobiliárias ao redor do mundo divulguem seus mais de 350.000 imóveis espalhados por mais de 120 países em 16 idiomas distintos, através da

cambialidade de 17 moedas diferentes, sendo o euro a moeda padrão do site e o italiano o idioma mais recomendado.

Na página principal do site da Luxury Estate é possível encontrar diversos destinos subdivididos em seus respectivos países e continentes, dentre eles o Brasil e, mais especificamente, o município de Salvador/BA e seus arredores; desta maneira, utilizando-se da ferramenta de busca nesta mesma página, é possível encontrar, de forma ainda mais específica, imóveis situados em Praia do Forte por imobiliárias parceiras, tais como a Bahia Luxury Unique Properties, Brazil Beach House Luxury Life, Fetal – Bahia Imóveis e, mais abundantemente, a Re/Max Praiana.

A Re/Max é uma imobiliária fundada na cidade de Denver, nos Estados Unidos, no ano de 1973 por Dave e Gail Liniger e atualmente está presente, através do modelo de franquias, em mais de 118 países, destaca-se como a maior empresa imobiliária do mundo, contando com mais de 8660 agências e cerca de 140.000 corretores. A empresa conta com filiais no continente europeu e americano (ambos possuindo sites próprios) e atua em território brasileiro desde o ano de 2009 através da Re/Max Brasil, somando mais de 560 unidades franqueadas abertas. Focando no mercado imobiliário do Litoral Norte da Bahia, surge, em novembro de 2012, a 3 W Realizações Imobiliárias Ltda, conhecida como Re/Max Praiana, a qual conta com imóveis em diversas localidades do litoral norte do estado, priorizando Praia do Forte, Itacimirim e Imbassaí.

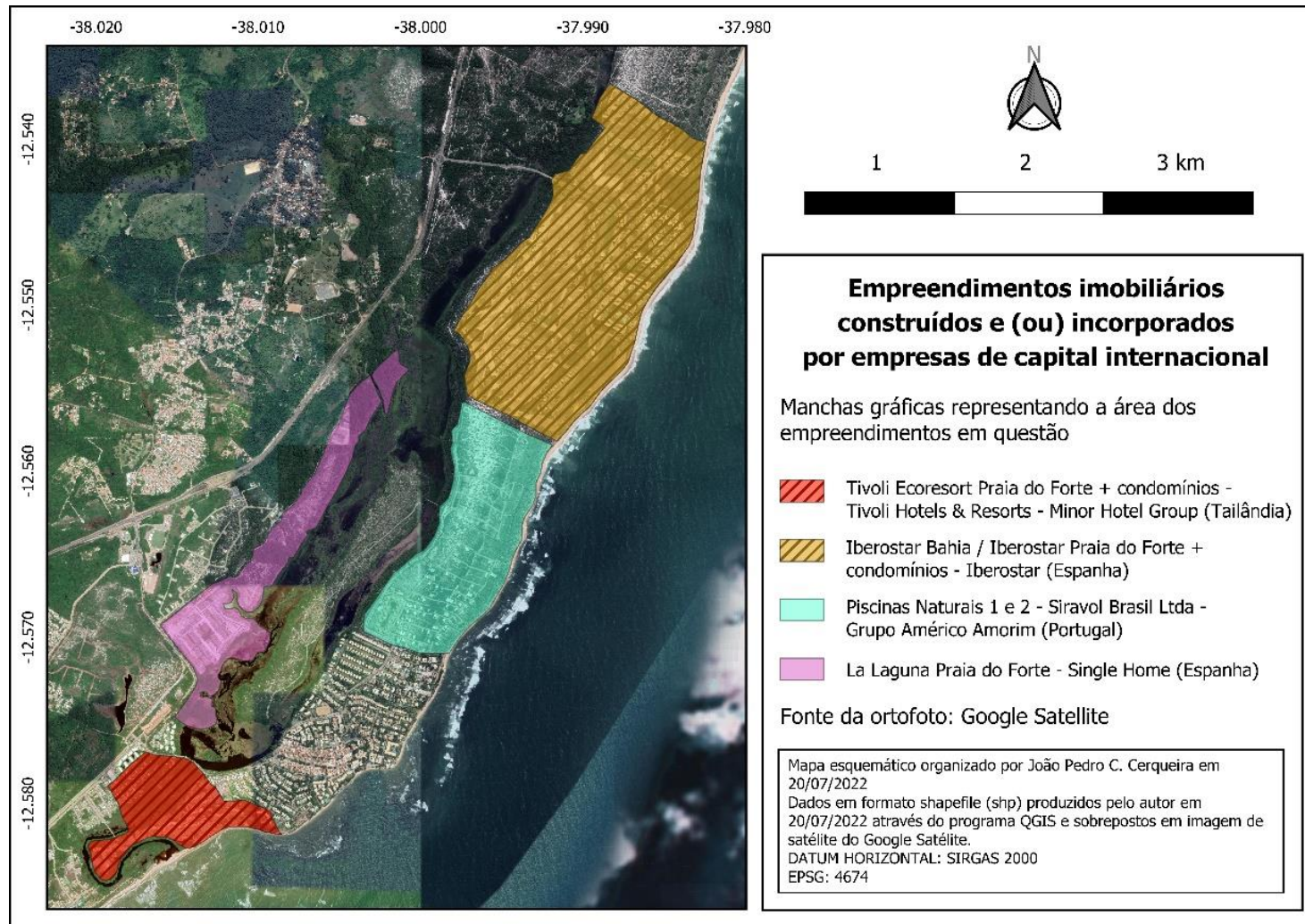
Em seu site oficial, bem como em sites vinculados aos imóveis comercializados pela Re/Max, é possível encontrar propriedades que vão desde algumas centenas de metros quadrados até algumas dezenas de milhares de metros quadrados, variando entre casas e terrenos de diversos preços entre algumas centenas de milhares de reais a alguns milhões de euros.

Contando com grandes empreendimentos do tipo resort e diversos condomínios em sua área de atuação, a tailandesa Tivoli Hotels & Resorts e a espanhola Iberostar completam a lista de grandes construtoras e incorporadoras estrangeiras atuantes em Praia do Forte nos setores hoteleiro e imobiliário.

Seja por intermédio da tailandesa Tivoli Hotels & Resorts, o português Grupo Américo Amorim, através da Siravol Brasil Ltda, ou as espanholas Iberostar e Single Home, torna-se nítido, através do mapa a seguir (ver Figura 10), a proporção de áreas sob domínio do capital internacional produzindo e reproduzindo espaço em Praia do

Forte e usufruindo de grande parcela dos símbolos e elementos naturais que tornam o aglomerado um importante atrator destas megaentidades.

Figura 10 – Empreendimentos imobiliários construídos e (ou) incorporados por empresas de capital internacional em Praia do Forte – BA



Fonte: elaborado pelo autor, 2022

Esses complexos de hospedagem e de lazer são chamados por alguns analistas de “pequenos mundos turísticos”, exemplos do que Augé (1994) chamou de não-lugares, ou, enclaves, como falam Pearce (1990) e Lozato-Giotart (1994) preferiram, ou ainda, “bolhas”, nos dizeres de Urry (1996). São microcosmos nos quais tudo funciona a contento de seus moradores temporários, ao contrário, muitas vezes, do que se passa do lado de fora. Paradoxalmente, são essas bolhas que “permitem a muitas pessoas visitarem lugares que, de outra maneira, não visitariam” (URRY, 1996, p. 24).

Simulacros, bolhas, não-lugares, ilhas da fantasia ou como quer que sejam designados, esses lugares estão repletos de pessoas, temporariamente turistas, já que, conforme afirmou Yázigi (1998, p. 76), “não se é turista, se está turista”.

Estamos falando, então, de pessoas e de lugares e não são esses lugares que constroem as pessoas, mas ao contrário, eles são traduções espaciais de anseios de uma dada parcela da sociedade mundial que não seria turista, talvez a não ser sob essas condições. A crítica a um modelo segregador de uso de territórios pelo turismo deve reconhecer, portanto, o que está em pauta são relações entre os homens (CRUZ, 2000, p. 136).

Ainda segundo Cruz (2000), a transformação do espaço em produto turístico requer uma crescente racionalidade devido à competitividade entre produtos turísticos, que se dá, em escala global. Para Knafou (1996), os promotores territoriais do turismo defrontam-se com o perigo, quando ignoram o mercado e as práticas dos turistas ou delas fazem representações errôneas. O resultado desses conflitos no território tem se dado na criação de lugares turísticos inseridos fora da realidade do lugar.

Segundo a Turisforte (2017), operadoras internacionais do Uruguai, Argentina, Portugal, Itália, Estados Unidos, Chile, França, Alemanha, Espanha e Colômbia trabalham com o destino Praia do Forte, sendo o turista argentino o turista estrangeiro mais comum, seguido dos turistas chilenos, espanhóis e uruguaios respectivamente.

Os visitantes estrangeiros são um importante público-alvo consumidor de Praia do Forte, somando de 5 a 10% dos proprietários de casas e lotes na localidade. Deste modo é correto afirmar que o capital estrangeiro foi um importante agente social produtor do espaço em Praia do Forte e contribui com seu processo de valorização.

Percebe-se, então que as estratégias adotadas para o desenvolvimento do turismo em Praia do Forte, conseguiu promover mudanças sociais, econômicas e estruturais, favorecendo o crescimento e/ou desenvolvimento do município, de forma

direta ou indireta, pois as mudanças, sejam elas negativas ou positivas, reproduziram impactos em nível regional e local.

8. IMPLICAÇÕES SOCIOESPACIAIS DECORRENTES DOS INVESTIMENTOS DO CAPITAL INTERNACIONAL EM PRAIA DO FORTE

As transformações socioespaciais que estão ocorrendo em Praia do Forte, fruto do processo de globalização da economia, atrelados à atividade turística, favorecem a transparência desses lugares para o mundo, do mesmo modo que os fazem emergir em um contexto global. Essas transformações são impostas à medida que a globalização se aprofunda e o capital apropria-se dos espaços, segundo Santos (1994, p. 56),

[...] impondo regulações novas a regulações horizontais antigas preexistentes, tanto mais forte é a tensão entre globalidade e localidade, entre o mundo e o lugar. Mas, quanto mais o mundo se afirma no lugar, mais este último se torna único. (SANTOS, 1994)

Portanto, essas implicações verificadas na atualidade são fruto do volume de investimentos públicos e privados estimulados na Bahia por políticas e/ou a falta delas que propiciaram a concretização de investimentos privados significativos. Essa política de incentivos inspirou a confiança dos grandes investidores internacionais.

Deste modo, constatou-se que a produção e as conseqüentes implicações socioespaciais que influenciam o uso do solo em Praia do Forte se deram através da atuação de alguns agentes sociais produtores do espaço, tal como foi exposto por Correa (1995): o Estado, os proprietários dos meios de produção, os proprietários fundiários, os promotores imobiliários e os grupos sociais excluídos. O Estado, colocado aqui como os governos municipal e estadual, foi um dos agentes mais atuantes no cenário da produção e valorização de Praia do Forte. Sua principal atuação se deu principalmente, como já foi exposto neste trabalho, através de medidas que facilitaram a incorporação e, por conseguinte, atuação dos proprietários fundiários e dos promotores imobiliários.

Pode-se afirmar que o engenheiro paulista Klaus Peters atuou tanto como proprietário fundiário quanto como promotor imobiliário, uma vez que, tomando posse da Fazenda Praia do Forte, também participou do processo de loteamento e tinha como objetivo principal transformar a área num complexo turístico e residencial, capitando investimentos internacionais, pressionando o Estado e, conseqüentemente, lucrando. Paralelo a isto, Klaus também contribuiu para a segregação residencial, ou segregação socioespacial, uma vez que ele “selecionou”

os que poderiam, ou não, adquirir um lote ou até mesmo permanecer em Praia do Forte, como diz Brito (2018):

Klaus Peters passa a tomar algumas medidas visando retirar o que ele considerava 'as pedras colocadas no caminho' do seu projeto turístico. Assim, ele adquire terras e casas dos moradores, deslocando-os para localidades periféricas à Praia do Forte, impede o acesso dos moradores [...] a locais que, há anos, eles costumavam frequentar sem limitação alguma. Também estavam excluídos do seu projeto, a existência de um pequeno comércio, realizado pelos nativos, e de barracas de praia, tido como responsáveis pela presença de um visitante de baixo poder aquisitivo (BRITO, 2018, p. 85).

Por diversas vezes, no contínuo processo de produção espacial, tanto os proprietários fundiários quanto os promotores imobiliários tornam-se “rivais” dos grupos sociais excluídos uma vez que suas ações tendem a ir na contramão do interesse destes grupos. O Estado deveria trabalhar na mediação dos distintos interesses destes agentes, entretanto, em grande parte das vezes, trabalha favoravelmente às condições impostas pelos proprietários fundiários e promotores imobiliários, cedendo às suas pressões. Este fato se traduz em disputas territoriais e diferentes formas de atuar no espaço, deixando como resultado um modelo de sociedade cada vez mais desigual.

Klaus Peters trabalhou e moldou Praia do Forte para adequá-la a específicos termos técnicos urbanísticos e espaciais que regeriam o modelo do que o aglomerado viria a se tornar. Através da ajuda do Estado, loteando, subdividindo e espacializando áreas distintas para atividades turísticas, preservação e áreas para fomento do setor imobiliário, Klaus dá o pontapé inicial ao que viria a ser a exploração e usufruto de Praia do Forte pelo capital internacional. O *Master Plan* (já citado no capítulo 4) da Praia do Forte redefiniu aspectos físicos que internacionalizariam os símbolos e conceitos arquitetônicos e urbanísticos em Praia do Forte. De acordo com Santos (2006):

Na primeira fase do projeto foram definidas as áreas nas porções norte e oeste de Praia do Forte para a instalação de 10 hotéis, parques, áreas residenciais, dois campos de golfe, vila de apoio, um Sea Aquarium, um mini shopping e uma base para barcos no rio Pojuca, além de outros equipamentos complementares. Na segunda fase foram reservadas áreas na porção sul de Praia do Forte para a implantação de três hotéis: um beach resort com 250 apartamentos; um golf resort com 200 apartamentos e um convention conference resort com 300 apartamentos [...]. (SANTOS, 2006, p. 121)

Termos como “*Sea Aquarium, shopping, beach resort, golf resort e convention conference resort*” não viriam por acaso, a venda e divulgação de lotes delimitados

pelo plano urbanístico a clientes estrangeiros e(ou) de alto poder aquisitivo viria, num primeiro momento, cheia de regras restritivas quanto à construção das edificações e até mesmo quanto à pavimentação das ruas e calçadas, as quais implicariam no uso de determinados materiais que acarretariam na permanência de um aspecto mais primitivo da Praia do Forte que, segundo Spinola (1996, p. 133) sugeriria aos turistas “[...] notadamente os estrangeiros, a imagem de uma legítima vila de pescadores, intocada ou muito pouco impactada pelo meio antrópico [...]”, apesar de que esta instrumentalização não se sustentaria por muito tempo, permitindo atingir a capacidade de internacionalização da localidade e a atração do visitante internacional.

O que, por um momento, deveria representar, quase como um cenário, um espaço controlado de crescimento orgânico e espontâneo que teria surgido através da vivência e das necessidades dos pescadores e de suas famílias, foi se transformando e modificando-se aos padrões mercadológicos, aos interesses privados e às necessidades reais do capital especulativo. Através de intervenções urbanísticas de pavimentação e instalação de iluminação pública, elaboradas pela CONDER no ano de 1998, o governo estadual da época, através do PRODETUR e em acordo com sua política de infraestruturação dos espaços turísticos da Bahia, privilegiaria, num primeiro momento, as principais ruas da Praia do Forte, aquelas que mais recebiam turistas e que mais concentravam, e ainda concentram, lojas, serviços e equipamentos de modo geral, voltados a um público mais elitizado (SANTOS, 2006). As demais ruas do núcleo central de Praia do Forte viriam, posteriormente, a serem pavimentadas, gradativamente, pela Prefeitura Municipal de Mata de São João.

Desta forma, entende-se que houve um favorecimento em relação aos grupos de turistas e de veranistas em relação aos moradores da vila, pois os melhoramentos foram feitos para atender uma estratégia de marketing, mesmo que houvesse reivindicações da comunidade local. Afinal, o objetivo dessas transformações, em meio à competição acirrada que acontece entre as cidades e/ou entre os lugares turísticos para melhor vender sua imagem, é sustentar todo um discurso para atrair investimentos de grandes empresas e de favorecer a circulação de turistas em todas as estações do ano. (MILANEZ, 2018, p. 46)

A transformação material da natureza, a produção de valores de uso social, que ocorreram em Praia do Forte, em função da atividade econômica do turismo, que se apropriou das vantagens de localização representadas pela dotação de riquezas naturais, tais como sol, mar, e outros, bem como pelo valor do patrimônio cultural e

histórico do lugar, essas são fatores que aliados às multinacionais e(ou) transnacionais especializadas, determinaram a capacidade de atrair investimentos inclusive o capital internacional.

Assim, se intensifica um processo de exclusão ou segregação socioespacial que demarca e delimita, simbólica e fisicamente, os espaços para o turista e para o morador de baixa renda, este último resistente nas ruas e vielas adjacentes àquelas que concentram o fluxo turístico. O processo de segregação socioespacial na área urbanizada de Praia do Forte já se consolidava desde a elaboração do Plano Urbanístico da localidade e sua radical transformação espacial já era muito evidente no início dos anos 2000, intensificando-se ao longo das últimas décadas, como é possível verificar nas imagens a seguir (ver Figura 11 e Figura 12):

Figura 11 – Núcleo central de Praia do Forte em 1976 - 2002



À esquerda: foto aérea da então vila de pescadores da Praia do Forte no ano de 1976. À direita: núcleo central da área urbanizada da Praia do Forte no ano de 2002. Fonte: acervo pessoal de Adriano Paiva retirado em Milanez (2018).

Figura 12 – Praia do Forte em 1991 – 2010



Na imagem acima é possível ver uma foto aérea de Praia do Forte no ano de 1991, pouco antes da elaboração do Master Plan, à esquerda da imagem pode-se avistar parte das instalações da então Pousada Praia do Forte, parte do que hoje é o Tivoli Ecoresort Praia do Forte. Abaixo: foto aérea da Praia do Forte no ano de 2010. Fonte: acervo pessoal de Karen Bernsee retirado de MILANEZ (2018).

Entende-se como segregação socioespacial, neste trabalho, a separação populacional sobreposta espacialmente através de categorias de análise como renda, ocupação urbana e, para fins analíticos, a diferenciação encontrada nos padrões

construtivos dos domicílios em questão. Pressupõe-se, portanto, a existência de uma separação intencional de um determinado grupo pertencente a uma classe social abastada com relação a outros grupos nitidamente menos favorecidos (CASTELLS, 2000). Neste sentido, Villaça (2001) contribui afirmando que:

[...] os bairros das camadas de mais alta renda tendem a se segregar (os próprios bairros) numa mesma região geral da cidade, e não a se espalhar aleatoriamente por toda a cidade. [...] Se o principal móvel da segregação fosse a busca de posição social, do status, da proteção dos valores imobiliários, ou proximidade a 'iguais', bastaria haver a segregação por bairro [...]. Isso não ocorre, porém. (VILLAÇA, 2001, p. 150)

Uma vez que as camadas de mais alta renda buscam se instalar nas áreas de maior prestígio ou que lhes ofereçam melhor acessibilidade ou ainda proximidade das amenidades e demais elementos que trazem valorização destes espaços, através do processo de auto-segregação ou segregação voluntária, estas demandam mais investimentos do poder público e acabam por gerar impactos na forma de ocupação das populações de mais baixa renda que, por muitas vezes, ficam subjugadas aos espaços de mais difícil acesso ou, até mesmo, espremidas em áreas reduzidas que favorecem a densificação destas áreas. Este fenômeno pode ser percebido em Praia do Forte através do espraiamento dos condomínios e empreendimentos de alto padrão que, apropriando-se de elementos naturais, foram voluntariamente ocupando espaços fora do núcleo central, criando um estilo de vida controlado para alguns através de um processo extremamente exclusivista que culminaria reprimindo, em poucas ruas e vielas, a população de baixa renda ainda resistente.

Para melhor compreender o fenômeno das transformações urbanas e a forma como a segregação socioespacial se apresenta na Praia do Forte, a localidade foi subdividida em duas áreas distintas: o núcleo central e a zona de expansão (ver Figura 13). O núcleo central da Praia do Forte se destaca por ser a área habitada, antes da era Peters, pelos pescadores que construía suas casas e tendas utilizando-se de materiais de origem natural encontrados nas proximidades, como a palha da piaçava, por exemplo; esta tipologia construtiva supria muitas das necessidades básicas relacionadas ao habitar e às manifestações culturais desta população.

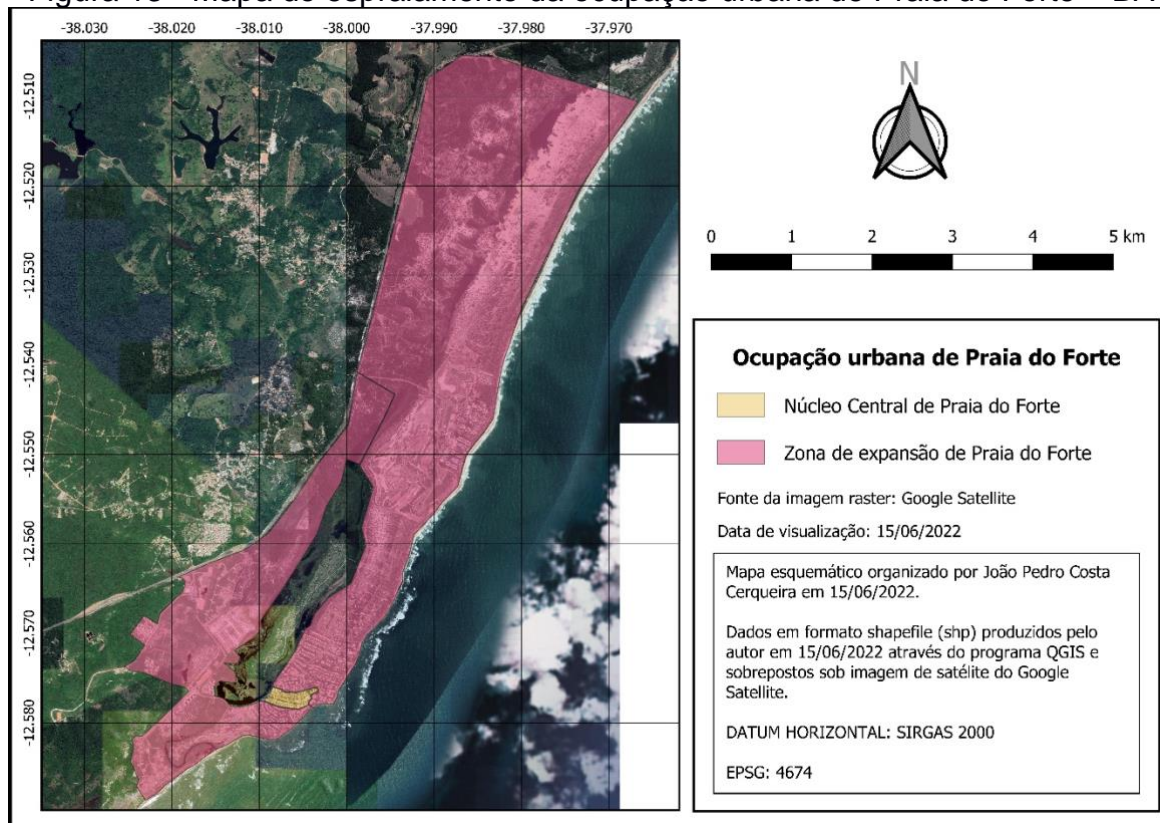
Era possível encontrar, na então vila de pescadores, algumas casas de alvenaria e outras construídas em taipa revestida e não revestida, utilizando-se do barro e de varas de madeira na sustentação da edificação (ver Figura 14). Estas casas se concentravam nas principais ruas e vielas do vilarejo e, sem muito luxo ou

sofisticação, seja na escolha dos materiais ou na presença de um mobiliário mais exclusivo, estas edificações apresentavam tamanhos de lotes muito reduzidos (se comparados aos lotes trabalhados nos atuais condomínios de alto padrão da Praia do Forte) e a presença de paredes geminadas, fatores que propiciaram, ao longo do tempo, um processo de adensamento do núcleo central.

As ruas principais deste núcleo central, aquelas que possuem maior fluxo turístico, a exemplo da Avenida Antônio Carlos Magalhães, se diferenciam das demais ruas que compõem esta subdivisão, uma vez que apresentam serviços mais atraentes ao turista de alto poder aquisitivo, como bares e restaurantes de alto padrão, marcas de luxo e franquias de vestuário nacionais (de capital internacionalizado), como Carmem Steffens, Mahalo e Osklen. Para além destes fatores, o cenário controlado e pensado para agradar o olhar do visitante funciona como um chamariz para a apreciação dos transeuntes.

Adentrando um pouco mais aos becos e vielas que interligam a Av. Antônio Carlos Magalhães às ruas paralelas, pode-se perceber que, apesar de também se encontrarem no núcleo central, as edificações que compõem estas áreas seguem um modelo comum para comunidades de baixo poder aquisitivo e apresentam, além de restaurantes e bares a preços muito mais baixos que os encontrados na principal via turística, serviços típicos de unidades de vizinhança, como por exemplo barbearias, manicures e pedicures. Nestes becos e vielas, raramente visitados pelos turistas do aglomerado, predomina um mercado de baixo custo e uma tipologia construtiva de baixo valor agregado, com uma presença de materiais muito mais simples utilizados na construção e manutenção das fachadas dos domicílios.

Figura 13 - Mapa do espriamento da ocupação urbana de Praia do Forte – BA



Fonte própria do autor, 2022.

Na contramão do núcleo central, a zona de expansão de Praia do Forte (representada pela cor rosa na Figura 13) se caracteriza pelas áreas urbanizadas, ou em processo de urbanização, que abrigam os inúmeros condomínios fechados e os grandes resorts como o Tivoli e o Iberostar, com suas megaestruturas. Nesta subdivisão os lotes se destacam pela diferenciação no tamanho frente aos menores e mais humildes domicílios presentes no núcleo central, pela tipologia construtiva com a utilização de materiais de maior valor agregado, com a oferta de serviços, como a presença de segurança 24 horas por dia, com a oferta de equipamentos comuns nas habitações de alto padrão, como piscinas, quadras de tênis e academias de ginástica, com a privatização de amenidades como lagoas e grandes áreas verdes para contemplação e usufruto dos seus moradores, entre tantas outras características que configuram o teor de exclusividade que favorece a valorização destes empreendimentos.

É importante ressaltar que em Praia do Forte é possível encontrar edificações dos padrões construtivos mais tradicionais e antigos aos mais modernos, fato que demonstra as mudanças tipológicas ocorridas neste local, bem como a segregação

socioespacial e urbana que evidencia condições de renda das distintas populações destes ambientes (ver Figura 14):

Figura 14 - Padrões construtivos: do tradicional ao moderno



À esquerda: imagem de autoria própria (2019). À direita: imagem retirada do panfleto promocional do empreendimento Alto da Enseada, em Praia do Forte/BA (2019).

É plausível afirmar que os agentes produtores do espaço urbano, trazidos por Correa (1995) juntamente ao capital internacional que, penetrando na política e economia nacionais e impactando direta e indiretamente na produção deste espaço e no acesso, desigual, das populações deste espaço, atuaram e continuam a atuar como agentes hegemônicos na construção de Praia do Forte tal qual ela tem se apresentado: um espaço demasiadamente valorizado no que se refere à monetização do valor, seu valor de troca. Estes agentes utilizaram-se de alguns atributos preconcebidos, como a natureza e a história local para fundamentar todo o marketing colocado nesta localidade, como é possível observar através da assertiva de Santos (2006):

Para o crescimento da atividade turística, foi fundamental a participação do Estado como investidor, incentivador, bem como no planejamento turístico. Ao intervir nos espaços que apresentam grande potencial em recursos materiais e histórico-culturais, o planejamento modifica a paisagem local e altera a rotina de diversos destinos turísticos. [...] Nesses lugares o espaço tornou-se uma relevante mercadoria a ser comercializada, na medida em que passou a ter valor de troca de acordo com os princípios do mercado. Assim, o homem tornou-se consumidor deste espaço, segundo suas especificidades naturais, histórico-culturais e artificialmente criadas para atender a este objetivo (SANTOS, 2006, p. 04).

Deste modo, a imagem de uma vila bucólica, de grande apelo preservacionista foi criada e fomentada com propósito do lucro. A criação de novas

paisagens para o consumo de uma população de alto poder aquisitivo se fez mediante a perda da identidade cultural dos antigos pescadores que habitavam aquela área, embora a permanência da imagem de uma antiga vila de pescadores que preserva muito de seu passado ainda seja utilizada por grande parte dos promotores imobiliários que atuam no cenário de Praia do Forte.

Ao longo dos anos, Praia do Forte firmou-se como um lugar caro, exclusivista e espacialmente desigual que oferece, dentre outras coisas, a segurança e a oportunidade de que seus moradores de alta renda e visitantes gozem do “privilégio” de estarem ali. As propagandas dos novos empreendimentos trazem consigo um forte apelo à ascensão social de quem consegue usufruir deste espaço. O marketing local encontra, no status, um forte aliado para atuar.

Neste contexto e diante do que foi exposto, fica claro que complexos turísticos do tipo *resort* e *village* foram concebidos em Praia do Forte para serem autossustentáveis e, para tanto, obedecem a um rígido modelo de gestão internacionalmente padronizado. Este, oferecem todo tipo de serviços de que o turista possa necessitar, de modo que se torne desnecessário qualquer contato seu com o exterior do empreendimento.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As considerações aqui apresentadas, dirigem-se para a síntese do papel do capital internacional como agente social produtor do espaço urbano, em Praia do Forte. A ligação entre capital internacional e o turismo, realizada de forma dinâmica e particular, nesta dissertação, é dada pelo processo de globalização / mundialização para o qual a atividade do turismo foi direcionada, através de investimentos na área, sobretudo por parte de empresas de capital internacional e da consequente falta de convergência entre os demais setores produtivos.

Assim, chegou-se a algumas considerações acerca dos questionamentos da dissertação. A primeira diz respeito à existência de alguns agentes hegemônicos atuantes na produção do espaço em Praia do Forte. Klaus Peters atuou como promotor imobiliário e proprietário fundiário, trazendo, ao então vilarejo, conceitos da hotelaria, do turismo e da arquitetura mundiais e, beneficiando-se das vantagens concedidas pelo Estado e utilizando-se de estratégias como a criação da Fundação Garcia D'Ávila, conseguiu levar adiante seu desejo de transformação da pacata vila de pescadores a um modelo ecoturístico controlado que marcou aquele espaço como cenário ideal para a recepção de empreendimentos de grande porte que alavancariam o nome da Praia do Forte, principalmente para o mercado europeu e da alta sociedade brasileira.

O então “milagre econômico”, marcado durante a década de 1970, favoreceu ao Estado maiores investimentos no litoral nordestino, mais especificamente no litoral norte baiano, propiciando que uma série de políticas públicas e obras de grande magnitude fossem colocadas em prática em detrimento de um projeto de transformação das áreas litorâneas em áreas de forte apelo turístico, que acabaram por beneficiar o capital imobiliário especulativo, bem como atraíram a atenção do capital internacional para investimentos imobiliários em Praia do Forte.

A aprovação do PRODETUR / Nordeste e suas variações como o PRODETUR / Bahia, como política pública para o desenvolvimento do setor turístico em grandes territórios, concentrados principalmente na faixa litorânea do estado, permitiu o melhoramento e ampliação da infraestrutura turística e de acessibilidade a estes espaços, bem como a entrada direta de investimentos e financiamentos do

capital internacional na forma de megaentidades como os bancos BID e BIRD por uma melhor qualidade da oferta de serviços e atrativos turísticos na região.

A ausência ou enfraquecimento de órgãos ambientais; bem como a ampliação da rodovia BA-099; junto à aprovação do Plano Urbanístico da Praia do Forte, a qual culminou na transformação de áreas rurais em áreas urbanas; a “cegueira” do Estado para os “invisíveis” povos nativos que habitavam aquele território; a facilitação no processo de compra e loteamento de grandes terrenos, junto aos baixos preços trabalhados; o enaltecimento, muitas vezes exagerado, das belezas naturais e do “perfeito equilíbrio” entre natureza e sociedade, favoreceram que empresas europeias, que na busca por novos mercados devido à saturação do mercado turístico do Velho Continente, se interessassem cada vez mais por destinos como Praia do Forte, produzindo e reproduzindo espaços conforme uma exclusiva e, muitas vezes, perversa, dinâmica capitalista que marcaram para sempre a paisagem do aglomerado urbano em questão.

O capital internacional se apropriou de uma série de facilidades intencionalmente preparadas pelo Estado e por promotores imobiliários para incidir sobre Praia do Forte, gerando possibilidades para o escoamento de capital de um mercado consumidor de alto poder aquisitivo, que se apropriou de uma gama de valores, simbologias e infraestruturas na busca pela exclusividade de habitar e consumir o espaço produzido e controlado em detrimento do status e da imagem de um modelo de vida exclusivista. Desta forma, o capital internacional moldou e, conseqüentemente, delimitou os espaços por meio da segregação socioespacial que demarca onde e quem pode acessar determinado padrão de vida e consumo.

Empresas e mega grupos estrangeiros como a Minor Hotel Group, o Grupo Américo Amorim ou a Iberostar aproveitaram-se e incrementaram o *marketing* criado sob Praia do Forte para atuarem, em território brasileiro, como proprietários fundiários e promotores imobiliários, através da construção e incorporação de empreendimentos hoteleiros e de segunda residência, lucrando e extraindo capital nacional, bem como produzindo impactos socioespaciais e utilizando de mão de obra barata com o pressuposto da criação de empregos e injeção de investimentos que fariam a economia local girar.

O capital internacional age sob Praia do Forte, bem como diversas outras localidades ao redor do planeta, de forma a reproduzir os padrões criados e fomentados por uma economia mundializada, buscando sempre o benefício do lucro

e atuando como agente social produtor do espaço urbano na apropriação de materiais, paisagens, pessoas e até mesmo valores que o favorecerão em seus propósitos de expansão e domínio cultural, financeiro e espacial.

REFERÊNCIAS

AUGÉ, M. **Não-lugares. Introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas: Papyrus, 1994.

Banco Luso Brasileiro. **O banco**. 2022. Disponível em: <https://bancoluso.com.br/banco/#historico>. Acesso em: 24/04/2022.

BARCELLOS, C; MACHADO, J. M. H. **A organização espacial condiciona as relações entre ambiente e saúde: o exemplo da exposição ao mercúrio em uma fábrica de lâmpadas fluorescentes**. In: Ciênc. Saúde coletiva 3 (2) • 1998. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-81231998000200010>. Acesso em 27/07/2022.

BENAKOUCHE, R. **O que é capital internacional**. Editora Brasiliense - São Paulo, 2017.

BERNARDELLI, M. L. F. da H. **Reestruturação sócio-espacial e a segregação da vivenda: os casos de Santiago do Chile, Mendoza e Buenos Aires**. En: *Revista Electrónica De Geografía Y Ciencias Sociales*. Universidad de Barcelona. Depósito Legal: B. 21.741-98 v. VII, núm. 146 (134), 1 de agosto de 2003.

BRANDÃO, P. R. B. **DE TATUAPARA À POLINÉSIA BRASILEIRA: TERRITORIALIDADES E TEMPORALIDADES DO TURISMO EM PRAIA DO FORTE (BA)**. Entre-Lugar – Dourados / MS, ano 6, nº 11, 1, 2015.

BRITO, F. M. **Praia do(s) Forte(s): Onde os fracos lutam para ter vez**. Salvador: Assembleia Legislativa da Bahia, 2018.

CARLOS, A. **Espaço Urbano: Novos Escritos sobre a Cidade**. FFLCH - São Paulo, 2007.

CASTELLS, M. **A questão urbana**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTELLS, M. **A sociedade em Rede**. 6. 617p. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CRUZ, R. C. A da. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.

CHESNAIS, F. **A globalização e o curso do capitalismo de fim-de-século (1995)**. Traduzido do francês por Catherine Marie Mathieu. Economia e Sociedade – Campinas, (5), p.1-30, 1995.

CORREA, R. L. **O espaço urbano**. Editora Ática – Rio de Janeiro, 1995.

DIÁRIO DA REPÚBLICA PORTUGUESA. **Resolução do Conselho de Ministros**, n.º 115. Presidência do Conselho de Ministros, 2009.

EMPREENDIMENTO PISCINAS NATURAIS. **Apresentação**.2022. Disponível em: <https://www.condominiopiscinasnaturais.com.br/apresentacao/>. Acesso em: 24/04/2022.

GOES, L. M. **Abordagem sistêmica aplicada aos complexos agroindustriais da soja e do algodão no território do extremo oeste da Bahia**. UNICAMP – Campinas (SP), 2011.

Grupo Américo Amorim. **História**. 2022. Disponível em: <https://www.grupoamericoamorim.com/grupo-americo-amorim/historia/>. Acesso em: 24/04/2022.

GUIMARÃES, S. P. **Capital nacional e capital estrangeiro**. Estud. av. – São Paulo, v. 14, n.39, p.143 – 160, 2000. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142000000200011&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 02 ago. 2020.

HARVEY, D. **O direito à cidade**. New Left Review, nº 53, (2008). Traduzido do original em inglês “The right to the city” por Jair Pinheiro. Lutas Sociais - São Paulo, nº 29, p. 73-89, 2012.

IBBI. **Encontre seu imóvel na Bahia**. Disponível em: <https://www.imoveisbrasilbahia.com.br/>. Acesso em: 27/07/2022.

IBEROSTAR. **Iberostar Bahia**. Disponível em: <https://www.iberostar.com/br/hoteis/praiadoforte/iberostar-bahia/>. Acesso em: 27/07/2022.

IBEROSTAR. **Iberostar Group**. Disponível em: <https://www.grupoiberostar.com/es/>. Acesso em: 27/07/2022.

IBEROSTAR. **Iberostar Selection Praia do Forte**. Disponível em: https://www.iberostar.com/br/hoteis/praiadoforte/iberostar-praiadoforte/?test_gallery=true. Acesso em: 27/07/2022.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 27/07/2022.

IBGE. **Conheça cidades e estados do Brasil**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 27/07/2022.

IBGE. **Malha de Setores Censitários**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/malhas-territoriais/26565-malhas-de-setores-censitarios-divisoes-intramunicipais.html?=&t=acesso-ao-produto>. Acesso em: 27/07/2022.

KNAFOU, R. **Turismo e território: por uma abordagem científica do Turismo**. In: RODRIGUES, A B. *Turismo e Geografia*. São Paulo: HUCITEC, 1996. p. 62-74.

LA LAGUNA PRAIA DO FORTE. **Destino**. 2022. Disponível em: lalaguna.com.br. Acesso em: 20/07/2022.

LOZATO-GIOTART, J.P. **Mediterrâneo y turismo**. 216p. Paris: Masson, 1991.

LUXURY, E. **Luxury Estate**. Disponível em: <https://br.luxuryestate.com/>. Acesso em: 27/07/2022.

MILANEZ, J. L. A. **Vila de pescadores? As transformações urbanas e estratégicas da Praia do Forte - Ba**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano – PPDRU, Universidade Salvador – Salvador, 2018.

MORAES, A. C. R; COSTA, W. M. **Geografia crítica a valorização do espaço**. Editora Hucitec – São Paulo, 1984.

MORAES, A. C. R. **Meio Ambiente e Ciências Humanas**. São Paulo: Hucitec, 1994.

MURICY, I. T.. APA Litoral Norte: introdução e caminhos da pesquisa. In MURICY, Ivana Tavares (org.). **Turismo e desenvolvimento na Área de Proteção Ambiental Litoral Norte (BA)**. Série Estudos e Pesquisas – Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia – Salvador, nº 82. p. 9-28, 2009.

PAIVA, M. G. M. V. **Análise do Programa de Desenvolvimento do Turismo do Nordeste (Prodetur/NE) na perspectiva do planejamento estratégico**. Revista de Administração Pública (RAP) - Rio de Janeiro, 2010.

PEARCE, D. et al. **Economics and conservation of global biological diversity**. London: GEF, 1990. 119 p.

PREFEITURA MATA DE SÃO JOÃO, Lei nº 229 de 20 de julho de 2005. **Modifica os limites da área urbana do litoral do Município de Mata de São João e dá outras providências** - Mata de São João, BA, jul, 2005.

QUALVIAGEM. **Tivoli Ecoresort: luxo e natureza em harmonia na Praia do Forte**. 2020. Disponível em: <http://www.qualviagem.com.br/tivoli-ecoresort-luxo-e-natureza-em-harmonia-na-praia-do-forte/>. Acesso em: 27/07/2022.

REMAX. **RE / MAX**. Disponível em: <https://www.remax.com/>. Acesso em: 27/07/2022.

REMAX. **RE / MAX Brasil**. Disponível em: <https://www.remax.com.br>. Acesso em: 27/07/2022.

REMAX. **RE / MA Praiana**. Disponível em: <https://www.remaxpraiana.com.br/>. Acesso em: 27/07/2022.

SANTA HELENA CONSTRUTORA. **Sobre**. 2022. Disponível em: <https://santahelenaconstrutora.com.br/sobre/>. Acesso em 20/07/2022.

SANTANA, F. **Avanço urbano em Praia do Forte começou com alemão nos anos 70; conheça a história.** Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/avanco-urbano-em-praia-do-forte-comecou-com-alemao-nos-anos-70-conheca-a-historia/>. CORREIO, 2021. Acesso em: 27/07/2022.

SANTOS, M. **A urbanização brasileira.** 4. ed. São Paulo: Hucitec, 1998.

SANTOS, M. **Metamorfoses do Espaço Habitado.** São Paulo: Hucitec, 1994.

SANTOS, M. **O espaço geográfico como categoria filosófica.** Terra Livre, n. 5, 1988.

SANTOS, M. (org.). **O novo mapa do mundo: fim de século e globalização.** São Paulo: Hucitec/Anpur, 1994.

SANTOS, M. A. **Por uma nova geografia; da crítica da geografia a uma geografia crítica.** Editora Hucitec – São Paulo, 1978.

SANTOS, T. M. S. **Urbanização turística e a produção do espaço nos centros de lazer: um estudo sobre Praia do Forte – Bahia.** Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia. Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, 2006.

SIRAVOL. **Siravol Incorporadora.** Disponível em: <http://www.siravol.com.br/>. Acesso em: 27/07/2022.

SMITH, N. **Desenvolvimento desigual: uma revisão do processo capitalista.** Editora Bertrand Brasil S.A. – Rio de Janeiro, 1988.

SOBRINHO, L. **Em busca do paraíso: A (eco)lógica, A gestão do território e turismo em Praia do Forte.** 1998. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal da Bahia – Salvador, 1998.

SOUZA, M. L. **A produção do espaço urbano agentes e processos, escalas e desafios.** Editora Contexto, 2013.

THEVENIN, J. M. R. **O turismo e suas políticas públicas sob a lógica do capital.** Caderno Virtual de Turismo. 2011;11(1):122-133. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115418480008>. Acesso em: 14/10/2021.

TIVOLI. **Tivoli Hotels & Resorts.** Disponível em: <https://www.tivolihotels.com/en/>. Acesso em: 27/07/2022.

TIVOLI. **Tivoli Ecoresort Praia do Forte.** Disponível em: <https://www.tivolihotels.com/pt/tivoli-ecoresort-praia-do-forte>. Acesso em: 27/07/2022.

URRY, J. **O olhar do turista – lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: SESC/Studio Nobel, 1996.

VILADARGA, V. **Mais um herdeiro de ACM**. Revista ISTOÉ, edição nº 2738 – 2007. Disponível em: <https://istoe.com.br/mais-um-herdeiro-de-acm/>. Acesso em: 20/07/2022.

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP: Lincoln Institute, 2001.

YAZIGI, E. **Turismo – uma esperança condicional**. São Paulo: Plêiade, 1998.