



**GLOBALIZAÇÃO, TURISMO E APROPRIAÇÃO DA NATUREZA: UM  
OLHAR GEOGRÁFICO SOBRE A PRODUÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO EM  
MARRACUENE/MOÇAMBIQUE**

**GLOBALIZATION, TOURISM AND APPROPRIATION OF NATURE: A  
GEOGRAPHIC VIEW ON THE PRODUCTION OF TOURIST SPACE IN  
MARRACUENE / MOZAMBIQUE**

**GLOBALIZACIÓN, TURISMO Y APROPIACIÓN DE LA NATURALEZA:  
UNA VISIÓN GEOGRÁFICA SOBRE LA PRODUCCIÓN DE ESPACIO  
TURÍSTICO EN MARRACUENO / MOZAMBIQUE**

**Lucas Atanásio Catsossa**

Doutor em Geografia pela Universidade Federal da Grande Dourados –Brasil. Docente na Faculdade de Geociências e Ambiente da Universidade Púnguè – Chimoio, Moçambique. Pesquisador do Grupo de Pesquisa Território e Ambiente – GTA.

E-mail: [lucascatsossauem@gmail.com](mailto:lucascatsossauem@gmail.com)

**Karoline Batista Gonçalves**

Doutora em Geografia pela Universidade da Grande Dourados. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Território e Ambiente – GTA.

E-mail: [estiloartesc@hotmail.com](mailto:estiloartesc@hotmail.com)

**RESUMO**

O presente artigo analisa o processo de produção do espaço turístico no distrito de Marracuene em Moçambique. Foi possível constatar que as relações estabelecidas no processo de produção do espaço turístico em Marracuene são múltiplas e algumas delas, estão inseridas nas dinâmicas da globalização, e inclusive, na sociedade de consumo. O espaço turístico de Marracuene está sendo produzido com a finalidade de proporcionar momentos de lazer aos turistas estrangeiros. Posto isso, identificamos que o turismo praticado em Marracuene, está inserido na dinâmica global de acumulação do capital, pois notamos a presença de uma infinidade de referenciais culturais e características próprias que se tornam evidentes na relação com o *Outro*. No que tange a metodologia



utilizada para o levantamento de dados está pautada na oralidade e na observação de uma pequena vivência em Marracuene, que nos proporcionou identificar os múltiplos referenciais presentes nas atividades que são desenvolvidas no distrito, pois a todo momento, a população local se depara com a figura do outro, ou seja, com os turistas estrangeiros que possuem referenciais identitários distintos. Neste local, nota-se, igualmente, a negação do território aos povos nativos pelo capital turístico em expansão. O turismo praticado em Marracuene, pouco beneficia as populações locais, pois além de serem inibidas a usufruir a beleza natural aí existente, são igualmente, excluídas pela economia gerada por esta atividade.

**Palavras-Chave:** Turismo. Apropriação da natureza. Marracuene. Praia de Macaneta.

### **ABSTRACT**

This article analyzes the production process of the tourist space in the Marracuene district in Mozambique. It was possible to verify that the relations established in the production process of the tourist space in Marracuene are multiple and some of them are inserted in the dynamics of globalization, and even in the consumer society. Marracuene's tourist space is being produced with the purpose of providing leisure time for foreign tourists. That said, we identified that tourism practiced in Marracuene, is inserted in the global dynamics of capital accumulation, as we note the presence of an infinity of cultural references and characteristics that become evident in the relationship with the other. Regarding the methodology used for data collection, it is based on orality and observation of a small experience in Marracuene, which allowed us to identify the multiple references present in the activities that are developed in the district, because at all times, the local population it faces the figure of the other, that is, foreign tourists who have distinct identity references. In this place, there is also a denial of the territory to native peoples by the expanding tourist capital. This type of tourism practiced in Marracuene, does little to benefit the local populations, because besides being inhibited from enjoying the natural beauty that exists there, they are also excluded by the economy generated by this activity.

**Keywords:** Tourism. Appropriation of nature. Marracuene. Macaneta beach.

### **RESUMEN**

Este artículo analiza el proceso de producción del espacio turístico en el distrito de Marracuene en Mozambique. Fue posible verificar que las relaciones establecidas en el proceso de producción del espacio turístico en Marracuene son múltiples y algunas de ellas están insertadas en la dinámica de la globalización, e incluso en la sociedad de consumo. El espacio turístico de Marracuene se está produciendo con el propósito de proporcionar tiempo de ocio para turistas extranjeros. Dicho esto, identificamos que el turismo practicado en Marracuene, se inserta en la dinámica global de la acumulación de capital, ya que notamos la presencia de una infinidad de referencias culturales y



características que se hacen evidentes en la relación con el Otro. En cuanto a la metodología utilizada para la recolección de datos, se basa en la oralidad y la observación de una pequeña experiencia en Marracuene, lo que nos permitió identificar las múltiples referencias presentes en las actividades que se desarrollan en el distrito, porque en todo momento, la población local se enfrenta a la figura del otro, es decir, turistas extranjeros que tienen referencias de identidad distintas. En este lugar, la capital turística en expansión también niega el territorio a los pueblos nativos. Este tipo de turismo practicado en Marracuene, hace poco para beneficiar a las poblaciones locales, porque además de ser inhibido de disfrutar de la belleza natural que existe allí, también están excluidos por la economía generada por esta actividad.

**Palabras-Clave:** Turismo. Apropiación de la naturaleza. Marracuene. Playa Macaneta.

## **INTRODUÇÃO**

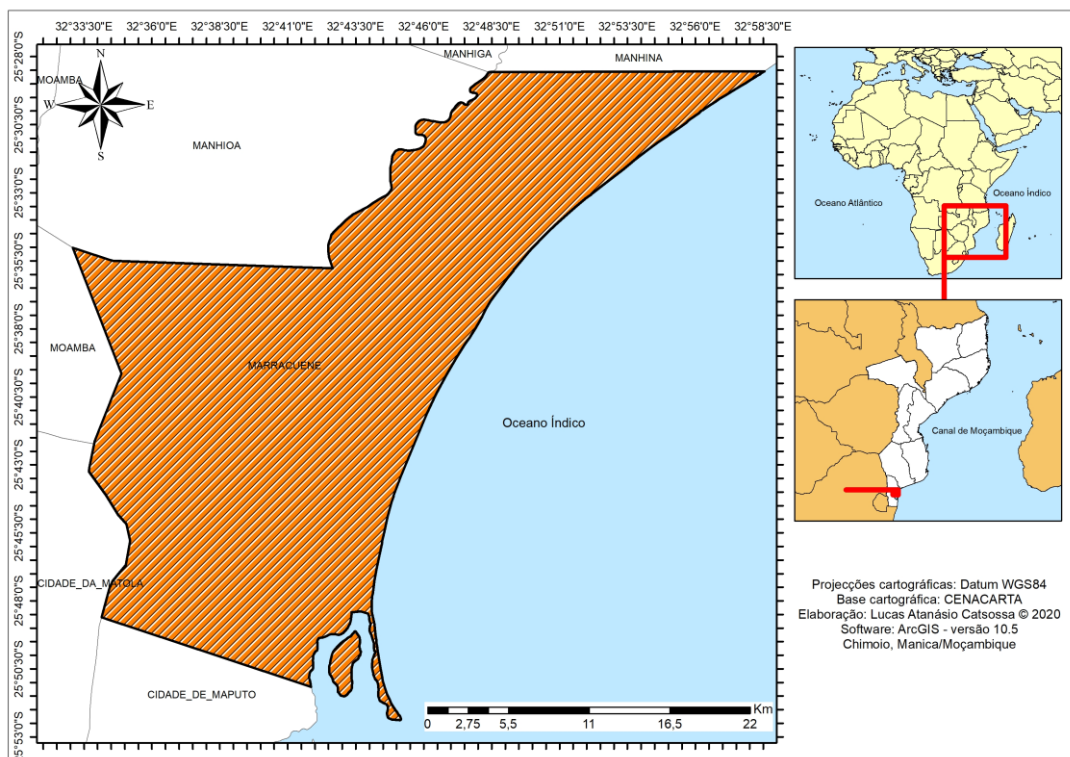
O presente artigo é fruto de algumas idas e vindas ao distrito de Marracuene durante a realização do Projeto intitulado “Práticas sociais e saberes de mulheres e homens e a produção do território rural no Distrito de Marracuene em Moçambique: viabilidade das alternativas produtivas no mundo da sustentabilidade”, sendo este financiado pela CAPES e desenvolvido pela Universidade Federal da Grande Dourados, através do Programa de Pós-Graduação em Geografia e do Grupo de Pesquisa Território e Ambiente - GTA em parceria com a Universidade Eduardo Mondlane de Moçambique. Por sermos integrantes do grupo de pesquisa tivemos a oportunidade de participar do projeto e coletar algumas informações importantes que culminaram com esta reflexão que consideramos ser importante para o debate geográfico. Durante a estadia em Maputo-Moçambique os principais objetivos eram: analisar as dinâmicas territoriais moçambicanas e observar a organização e a influência das atividades turísticas sobre o distrito de Marracuene, mais precisamente a praia de Macaneta.

Como a análise das atividades turísticas no distrito de Marracuene era o principal foco de nossa análise, nos pautamos em conhecer algumas práticas de artesãos que se estendeu para além dessa localidade, ou seja, acabamos conhecendo alguns de Maputo. Nesse sentido, devemos considerar que foram muito importantes as visitas nas feiras de artesanatos e de pequenos produtores (em sua maioria mulheres) que vendiam



os produtos oriundos de suas Machambas<sup>1</sup>. Sendo assim, esse artigo apresenta-se como uma possibilidade de abordar algumas reflexões acerca da produção do espaço turístico em Marracuene, mais precisamente na Praia de Macaneta. Limita-se, a Norte com o distrito de Manhica, a Oeste com o distrito de Moamba e Município da Matola e a Leste com o Oceano Índico e a Sul, com a cidade de Maputo, conforme mostra o mapa 1.

**Mapa 1: Localização do distrito de Marracuene, província de Maputo**



Organização: Os autores

É a partir da Praia de Macaneta que Marracuene se insere no mercado mundial de consumo, pois os turistas procuram este espaço turístico para satisfazerem os seus desejos, desfrutando da beleza natural aí presente. Como forma de atrair os turistas de outros quadrantes do mundo, foram sendo criados cenários alienantes e fascinantes, os quais atraem as pessoas a irem para este lugar. Tais cenários são criados

<sup>1</sup> Machambas são unidades de produção camponesa. É pela abertura de machambas que o campesinato moçambicano se territorializa. Para dizer que a machamba não é apenas a unidade de produção, mas também de existência e resistência camponesa. Para mais detalhes consulte: Catsossa (2020).



tanto por parte dos donos das instâncias turísticas, quanto o governo. No caso dos donos das instâncias turísticas, cabe a eles criarem condições ótimas para garantir a hospedagem e segurança dos turistas. É por esta via que a Praia de Macaneta enquanto mercadoria é vendida aos turistas. Já no caso do governo, de referir que é o ator que cria condições para a dinamização da atividade turística em Moçambique, concessionando algumas áreas importantes para a prática do turismo, inclusive.

A metodologia utilizada para o levantamento de dados que serão apresentadas a seguir está pautada na oralidade, pois foram realizadas entrevistas semiestruturadas para que algumas informações fossem obtidas, além de visitas em alguns locais onde fotografamos e realizamos alguns pequenos vídeos de forma a observar como o território moçambicano está passando por algumas transformações.

Por meio das entrevistas e conversas identificamos as condições sociais, os olhares e muitas vezes informações que em uma pesquisa bibliográfica seriam dificilmente encontradas. Portanto, os discursos orais obtidos através das entrevistas foram direcionados para obter alguns dados que eram importantes para o projeto, e que consequentemente serão apresentados neste artigo.

## **GLOBALIZAÇÃO E TURISMO: ALGUNS SUBSÍDIOS PARA O DEBATE**

A globalização, embora com as suas ambivalências, perversidades, desigualdades e contradições passou a exercer um papel chave para a dinamização da atividade turística no mundo. De forma ambivalente, perversa, desigual e contraditória uniu os lugares e com eles, quase toda a sociedade. Ao conectar as pessoas, ela criou, igualmente, condições necessárias para que as mesmas se deslocassem para estes lugares em curto espaço de tempo a fim de desfrutar o que lá tem de melhor sob ponto de vista do consumo. A distância passou a não importar tanto.

A globalização conseguiu conectar as pessoas ao mundo das coisas, fazendo com que as mesmas se desloquem para vários lugares. Com a globalização, passou a ser normal para as pessoas da classe média/alta ou as elites/burguesias trabalharem num determinado lugar (cidade e/ou país) e depois irem jantar e dormir em outro. Os aviões e



jetos de luxo, às vezes, particulares, passaram, portanto, a desempenhar a função de garantir a locomoção das pessoas que pretendem alcançar diversos lugares num curto espaço de tempo. Ao escrever sobre “*turistas e vagabundos*” no quarto capítulo do seu livro “*Globalização: as consequências humanas*”, Bauman (1999) a firma que:

No mundo em que habitamos, a distância não parece importar muito. Às vezes parece que só existe para ser anulada, como se o espaço não passasse de um convite contínuo a ser desrespeitado, refutado, negado. O espaço deixou de ser um obstáculo – basta uma fração de segundo para conquistá-lo. Não há mais “fronteiras naturais” nem lugares óbvios a ocupar. Onde quer que estejamos em determinado momento, não podemos evitar de saber que poderíamos estar em outra parte, de modo que há cada vez menos razão para ficar em algum lugar específico (e por isso muitas vezes uma ânsia premente de encontrar – inventar – uma razão) (BAUMAN, 1999, p. 85).

Ademais, ao surgir, a globalização fez algo interessante, mas preocupante ao mesmo tempo, na medida em que criou desejos/sensações, às vezes, incontroláveis nas pessoas. Igualmente, de forma combinada, perversa e ambivalente, ela gerou a *sociedade de consumo* indissociável a este processo. Para Bauman (2007, p. 20) a característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a transformação dos consumidores em mercadorias. Com a globalização, o *turismo de consumo* ganha espaço. Nesse sentido, o *turismo de consumo* é entendido aqui como aquele que uma determinada pessoa decide ir consumir algo que lhe apetece num lugar específico em um curto espaço de tempo.

Por exemplo, os finais de semana passaram a serem usados para a prática do *turismo de consumo*, tendo em conta que as condições estavam criadas para tal propósito. Por sua vez, a globalização conseguiu conectar as pessoas ao mundo das coisas sem precisar retirar as mesmas dos seus lugares. As pessoas passaram a viajar de um lugar para o outro sem sair de onde estão. A afirmação de Bauman (1999, p. 86), segundo a qual, “pelo menos espiritualmente, somos viajantes”, faz sentido. O autor afirma ainda, que muitas pessoas no mundo inteiro passaram a mudar:

[...] de lugar – de casa ou viajando entre locais que não são o da residência. Alguns não precisam sair para viajar: podem se atirar à Web, percorrê-la, inserindo e mesclando na tela do computador



mensagens provenientes de todos os cantos do globo. Mas, a maioria está em movimento mesmo fisicamente parada – quando, como é hábito, estamos grudados a poltrona e passando na tela os canais de TV via satélite ou a cabo, saltando para dentro e para fora dos espaços estrangeiros com uma velocidade muito superior à dos jatos supersônicos e foguetes interplanetários, sem ficar em lugar algum tempo suficiente para ser mais do que visitantes, para nos sentirmos em casa. [...] Mas, estamos também nos movendo em outro sentido mais profundo, seja com pé na estrada ou saltando entre canais e quer que gostemos ou não disso. A ideia do “estado de repouso”, da imobilidade, só faz sentido num mundo que fica parado ou assim que fosse percebido: num lugar com paredes sólidas, estradas fixas e placas de sinalização bastante firmes para enferrujar o tempo. Não se pode “ficar parado” em areia movediça (BAUMAN, 1999, p. 85-86).

O acesso e difusão de informações importantes sob ponto de vista turístico por meios virtuais, sobretudo, através de dispositivos digitais como celulares, computador, tablete, televisão, aumentaram significativamente no mundo com o aparecimento da globalização. A internet passou a ser usada como um veículo pelos consumidores da sociedade de consumo para satisfazer as suas sensações e/ou os seus prazeres/desejos. As reservas aos espaços turísticos e instâncias hoteleiras, passaram a serem feitas via internet, mediante o registro e o pagamento, sem que os consumidores da sociedade do consumo estejam no lugar. O turismo de consumo passou também a ser praticado a partir da internet, na medida em que as pessoas em busca de satisfação das suas sensações ou desejos/prazeres, começaram a “invadir” determinados *sites* de agências turísticas, buscando informações sobre o que de melhor tem sob ponto de vista do consumo.

Com o advento das redes sociais (*Facebook, WhatsApp, Instagram, etc.*) que também são frutos dessa globalização, transformaram ainda mais a sociedade, hiperconetando-a ao mundo das coisas (i)materialmente. As pessoas passaram a estar isoladas fisicamente, mas conectadas imaterialmente através das redes sociais. As publicidades dos espaços turísticos tanto pelos *outdoors* espalhados pelas avenidas e ruas de algumas cidades no mundo inteiro quanto pelos *sites* das empresas turísticas e pelas páginas das redes sociais, sobretudo, *Facebook*, são exemplos clássicos que explicam a forma como a natureza socialmente produzida, passou a ser mercantilizada



com vista a garantir a acumulação ampliada do capital em escala global para determinados grupos.

Ao analisar a sociedade contemporânea identificamos que esta tem vivenciado diversos problemas ligados ao modo como o sujeito se relaciona com a natureza, e a concepção desta deve estar ligada ao modo de vida da sociedade, as ações, pensamentos. Nesse sentido, De Oliveira (2002, p. 02) acentua que pensar a natureza hoje e a forma como os sujeitos se relacionam com ela dentro do modo de produção capitalista, nos remete às mudanças que se processaram no modo da sociedade pensar, interagir e produzir a natureza.

As publicidades passaram a funcionar como elementos alienantes, cuja função é jogar as pessoas para o mundo do consumo e no caso do turismo, para visitarem os espaços turísticos. A hiperconexão das pessoas ao mundo das coisas no contexto da globalização, é acompanhada por aquilo que Debord (2003) vai chamar de sociedade do espetáculo. É a sociedade do espetáculo que vai trabalhar a *ferro e fogo* com vista a criar um cenário cada vez mais sedutor, tudo no sentido de jogar as pessoas ao mundo do consumo. Para Debord (2003, p. 26) o espetáculo na sociedade representa concretamente uma fabricação da alienação.

As empresas turísticas globais, fazem de tudo para garantir a acumulação e circulação do capital no mundo, fabricando objetos de desejo capazes de seduzir as pessoas ao consumo. Como salienta Harvey (2018, p. 92) a circulação de capital implica a circulação de formas alienadas em escala global. Em uma situação de concorrência na luta pela acumulação privada do capital em escala global, se quiserem sobreviver, as empresas turísticas globais (tanto grandes, médias e/ou pequenas) devem:

[...] despertar desejo e, para isso, devem seduzir os possíveis consumidores e afastar competidores. Mas, assim que o conseguirem, devem abrir espaço rapidamente para outros objetos de desejo, do contrário à caça global de lucros (rebatizada de “crescimento econômico”) irá parar (BAUMAN, 1999, p. 86).

As imagens (fotografias) passaram, igualmente, a serem trabalhadas, isto é, editadas, às vezes, criando um cenário atrativo (às vezes, inexistente) nos espaços





turísticos socialmente produzidos. Trata-se, portanto, da produção de *imaginários* por meio de imagens (fotografias). Em resposta a essa necessidade de criar cada vez mais espaços imaginários para atrair as pessoas ao consumo, foram sendo contratados/as melhores fotógrafos/as e editores/as de fotografias com vista a criar tal cenário, às vezes, acompanhado por montagem:

A indústria atual funciona cada vez mais para a produção de atrações e sensações. E é da natureza das atrações tentar e seduzir apenas quando acenam daquela distância que chamamos de futuro, uma vez que a tentação não pode sobreviver muito tempo à rendição de tentado, assim como o desejo nunca sobrevive a sua satisfação. Não há linha de chegada óbvia para essa corrida atrás de novos desejos, muito menos da sua satisfação. A própria noção de limite precisa de dimensões espaciotemporais. O efeito tirar a espera do desejo é tirar o desejo da espera (BAUMAN, 1999, p. 86-87).

Nesta mesma perspectiva, Debord (2003) afirma que:

O mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existem acima dele, ao mesmo tempo em que se faz reconhecer como o sensível por excelência. O mundo ao mesmo tempo presente e ausente que o espetáculo apresenta é o mundo da mercadoria dominando tudo que é vivido. O mundo da mercadoria é mostrado como ele é, com seu movimento idêntico ao afastamento dos homens entre si, diante de seu produto global (DEBORD, 2003, p. 29).

Posto isso, surge a seguinte indagação: porque o mundo vive o que Santos (1992) vai chamar acertadamente de “meio técnico-científico informacional”? A produção e difusão dos espaços imaginários com vista a atrair e jogar os turistas ao consumo tornou-se ainda mais fácil. Tal fato revolucionou não apenas a produção e difusão massiva dos espaços imaginários, mas também, uma infinidade de sensações e curiosidades nas pessoas. Por meio das imagens (fotografias) surgiu a ideia do belo, em que apenas se mostra a beleza dos lugares com a finalidade de seduzir as pessoas a visitar determinados lugares em benefício do capital. A partir de então, passa a ser fabricada uma paisagem artificial e imaginária capaz de seduzir as pessoas a irem para



estes lugares. As cores adicionadas as imagens (fotografias) no âmbito da fabricação da paisagem, criam uma curiosidade e sensação as pessoas para visitar tais lugares.

Essa adição de “cores vivas” em representação da paisagem imaginária com forma de atrair pessoas a visitar tais lugares, como se verá mais em diante, é recorrente em Moçambique, sobretudo, em cartazes de promoção de eventos (conferências) internacionais sobre o turismo no país. Igualmente, essa adição das cores vivas em representação da paisagem imaginária, é recorrente em cartazes de publicitação de lugares turísticos por parte das agências turísticas que operam em Moçambique. Mas, vale ressaltar que nem sempre a paisagem fabricada reporta a realidade dos lugares e, na maioria das vezes, tal fato cria frustração de quem visita os espaços turísticos.

A fabricação da paisagem por meio de imagens (fotografias) está inserida no processo de espetacularização das coisas, enfim, dos objetos com vista a alienar os consumidores da sociedade de consumo. A partir então, cabe ao turista ir a esses lugares desfrutar-se da beleza artificial criada pela sociedade capitalista e exibida a partir das imagens (fotografias) em *ortdoors* e postadas em *sites* da *internet* e em páginas das redes sociais – *Facebook*. No entanto,

Além do espetáculo em si, a globalização criou a sociedade do espetáculo, indissociáveis deste processo. Esse espetáculo, diga-se de passagem, causa “hipnose” nos sujeitos ao ponto de alienarem-se pelas imagens, que são criados na sociedade do espetáculo, visível nas mercadorias oferecidas pelas publicidades (BARROS & CATSOSSA, 2019, s/p).

A partir de então, não são apenas as coisas mundanas que vão se espetacularizar, mas também a mercadoria é contemplada ao espetáculo. A natureza socialmente produzida pelos capitalistas (apropriada durante o processo de produção do espaço turístico), é a tal mercadoria que é contemplada ao espetáculo. É a partir da natureza socialmente produzida que o turista tira ou não a sua satisfação. É o consumismo que passou a forçar as pessoas a se locomoverem de um lugar para outro a busca da satisfação e de desfrutarem do que a vida tem de melhor. Para Bauman (1999, p. 91) “os consumidores são, primeiro e acima de tudo, acumuladores de sensações, são colecionadores de coisas apenas no sentido secundário derivativo”. Mas, vale ressaltar



que os consumidores da sociedade de consumo se deslocam aos lugares do consumo depois de “atingir um certo ponto de alienação que se confunde com a hipnotização capitalista” (BARROS & CATSOSSA, 2019, s/p).

Para acelerar o processo de *sedução capitalista*, a globalização, passou, igualmente, a fabricar elementos alienantes, próprios do capitalismo, tudo no sentido de jogar os consumidores ao mundo do consumo. A esse respeito, Bauman (1999) afirma, no entanto, que:

Para os consumidores da sociedade de consumo, estar em movimento – procurar, buscar, não encontrar ou, mais precisamente, não encontrar ainda – não é sinônimo de mal-estar, mas promessa de bem-aventurança, talvez a própria bem-aventurança. [...]. Para aumentar sua capacidade de consumo, os consumidores não devem nunca ter descanso. Precisam ser mantidos acordados e em alerta sempre, continuamente expostos a novas tentações, num estado de excitação incessante – e também, com efeito, em estado de perpétua suspeita e pronta insatisfação [...]. Mas, para fazê-lo ele precisa de consumidores que queiram ser seduzidos [...]. Numa sociedade de consumo que funcione de forma adequada, os consumidores buscam com todo empenho ser seduzidos. [...]. Eles próprios, para virar, vivem de atração em atração, de tentação em tentação, do farejamento de um petisco para a busca do outro, da mordida numa isca à pesca da outra – sendo cada atração, tentação, petisco ou isca à pesca nova, diferente e mais atraente que a anterior (BAUMAN, 1999, p. 90-91).

Por causa desta inacabada acumulação de sensações/prazeres, os consumidores da sociedade de consumo passaram a não medirem as consequências pelo fato desta querer, por exemplo, consumir quase (um pouco de) tudo que encontra em sua frente. Essa luta pela acumulação de sensações/desejos faz com que os consumidores da sociedade de consumo entre para o mundo da aventura. Começa a fazer aventuras, às vezes, em lugares mais perigosos sob ponto de vista de segurança. A entrada em grutas subterrâneas tanto a pé e/ou usando cordas, pulando de paraquedas, dentre outros cenários, são apenas uma das sensações/prazeres acumuladas pelos consumidores da sociedade de consumo. A isto, adiciona-se os passeios a pé, às vezes, de carro em (e/ou dentro das) áreas onde são conservados os animais selvagens.



A sociedade de consumo equipara-se aquela que Beck (2010) considerou acertadamente de “sociedade do risco” por ser inclusive, catastrófica e perversa. Na sociedade do risco, ameaça converte-se em normalidade (cf. BECK, 2010), enfim, em realizador de sensações/prazeres. Se consumir determinados produtos disponibilizados pela sociedade do consumo, é uma ameaça a existência da humanidade, igualmente, tal fato passou a ser normalizada. Esta normalização do consumo de quase todos os produtos desmobilizados pela sociedade do consumo tem trazido consequências graves, pois transformaram-se em uma ameaça aos próprios consumidores (como também aqueles que não consome diretamente tais produtos). O Coronavírus – ou, simplesmente, COVID-19 considerada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como uma nova pandemia, uma ameaça a humanidade nesta primeira metade do século XXI, pode ser visto dentro do paradigma sociedade de consumo.

A cidade chinesa de Wuhan, onde inicialmente, começou o Coronavírus, pode ser considerada como sendo um lugar em que era praticado o *turismo de consumo*. Nesta cidade comercializavam todo o tipo de animais selvagens vindos de vários quadrantes do mundo. Igualmente, preparava-se vários sabores de comida (sopa) na base destes mesmos animais. Esses sabores criaram prazeres/sensações nas pessoas de tal maneira que passaram a viajar para provarem/consumir. Muitas pessoas de diversos lugares da China e do mundo em geral, passaram a frequentar a cidade chinesa para consumir tais produtos como forma de se satisfazer. A hipótese dominante que tenta explicar a origem do Coronavírus no mundo, aponta na possibilidade das pessoas que frequentavam a cidade de Wuhan terem consumido algum animal selvagem e/ou produto alimentar produzidos na base deste que terá sido contaminado pelo vírus de um morcego (cf. DAVIS, 2020).

Tal hipótese pode ser válida, uma vez que é recorrente em algumas cidades chinesas, sobretudo, a cidade de Wuhan, a comercialização de animais selvagens empilhadas, umas das outras em mercados com elevado grau de imundice. Se a hipótese segundo a qual o Coronavírus tem origem natural prevalecer, significa que os chineses da cidade de Wuhan (e de outras cidades chinesas) e cidadãos de outros países do mundo em geral que praticavam o *turismo de consumo* neste país asiático, são em parte,



vítimas da globalização. Os chineses de Wuhan e tantos outros são vítimas da globalização porque a sociedade de consumo que vive colecionando as sensações e/ou prazeres, é um dos seus produtos emblemáticos.

Essa luta em querer colecionar sensações/prazeres por parte da sociedade do consumo, hoje coloca a humanidade quase em risco de sucumbir da face da terra. Tanto as pessoas que consumiram os animais selvagens e/ou a famosa sopa feita por estes na cidade de Wuhan como aquelas que não consumiram diretamente, ambas se encontram em eminente risco de sucumbir, pois estão a ser infectadas e a morrer por Coronavírus no mundo inteiro. As pessoas que não consumiram os animais selvagens e/ou a sopa feita por estes em Wuhan na China, passaram a serem infectadas por aquelas que consumiram.

A contaminação das pessoas que não consumiram, possivelmente, começa quando as que consumiram iniciaram a regressar para as suas casas e/ou a viajar para outros lugares do mundo, e foi assim que o Coronavírus se espalhou pelo mundo inteiro, infectando e matando milhares de pessoas, algumas delas, sem terem consumido os animais selvagens e/ou a sopa feita por estes em Wuhan. Esta é a única razão da expansão do Coronavírus no mundo e de forma particular, em Moçambique. Os países mais globalizados (que são igualmente desenvolvidos) por estarem super conectados, em pouco tempo, tornaram-se epicentros do Coronavírus no mundo depois da China. O exemplo clássico disto é a Itália, um dos maiores destinos turísticos mundiais e, mais tarde, os Estados Unidos.

Já no continente africano, a África do Sul também acabou se tornando um dos principais epicentros do Coronavírus por ser um dos países africanos altamente conectado ao mundo exterior, além de ser um dos principais destinos turísticos. Talvez, a África seja pouco castigada pelo Coronavírus por não ser um continente super conectado, enfim, menos globalizado (a diferença do que acontece nas Américas, na Europa, na Ásia e na Austrália, só para citar alguns exemplos), pois não são todos os países africanos que desenvolvem atividades turísticas. Em países como Moçambique, por exemplo, o que contribuiu inicialmente para a entrada do Coronavírus, são as viagens de trabalho ao exterior por parte dos membros do governo e também a entrada



dos investidores, como aconteceu na cidade de Maputo e na província de Cabo Delgado, respectivamente.

Podemos dizer que, de alguma forma a globalização contribuiu significativamente para a expansão do Coronavírus no mundo, pois a mesma não conseguiu limitar a tempo o fluxo das pessoas que viajavam como forma de conter a expansão e a propagação desta pandemia para outros países. Este pode ser considerado um dos impactos negativos da atual globalização e não é por acaso que Santos (2013, p. 23) afirma que a globalização “funciona como uma fábrica de perversidades” no mundo. Em relação a expansão do Coronavírus, Harvey (2020) afirma que:

Não me surpreende que o *COVID – 19* tenha sido encontrado inicialmente em *Wuhan* (embora não sabíamos se teve sua origem lá). Os efeitos locais seriam subsistências e dado que este era um centro de produção importante, provavelmente, haveria repercussões econômicas globais (embora eu não tivesse essa magnitude). A grande questão era como o contágio e a difusão poderiam ocorrer e quanto tempo duraria (até que uma vacina pudesse ser encontrada). A experiência anterior tinha mostrado que uma das desvantagens da globalização consiste no fato de ser impossível deter uma rápida difusão internacional de novas doenças. Vivemos em mundo altamente conectado, onde quase todos viajam. As redes humanas de difusão potencial são vastas e abertas (HARVEY, 2020, p. 16).

Com o advento do Coronavírus, inicialmente, na cidade chinesa de Wuham que mais tarde gerou uma crise sanitária global, as fronteiras nacionais (terrestres, marítimas e aéreas), se fecharam inibindo a deslocação e circulação de pessoas (e mercadorias) de um lugar e/ou país para outro. O turismo é neste caso, um dos setores mais afetados pela propagação do Coronavírus e a situação é trágica para os países que dependem da atividade turística como uma das principais fontes de entrada de divisa, no caso de Cuba, por exemplo. Moçambique como se verá a seguir, o turismo é um dos setores da economia mais afetado pelo Coronavírus.



## APROXIMANDO-NOS DA REALIDADE: TURISMO EM MOÇAMBIQUE

Em Moçambique, o turismo é considerado como sendo um dos setores catalizadores da economia nacional. No entanto, parte-se do pressuposto de que a entrada de estrangeiros no país, é diretamente proporcional a entrada de divisas para os cofres do Estado. Em parte, foi por meio destas alegações que o Coronavírus entrou em Moçambique. Em relação ao turismo, as estatísticas nacionais têm revelado uma oscilação das divisas no país de ano para ano (*cf.* INE, 2017). Coronavírus veio ainda agravar a situação no país, sobretudo, para o ano de 2020, embora houvesse euforia nas projeções do governo. Numa situação em que se decretou Estado de Emergência Nacional que limita a circulação de pessoas e o encerramento das fronteiras nacionais e todos os lugares de lazeres do país, a atividade turística foi a mais afetada.

Por causa do Coronavírus, algumas redes hoteleiras e agências de turismo fecharam as suas portas por falta de visitantes, demitindo vários trabalhadores assalariados, situação que gerou desemprego. Tanto os turistas estrangeiros como nacionais, embora estes últimos frequentes pouco os espaços turísticos (*cf.* INE, 2017), numa situação de propagação do Coronavírus e de Estado de Emergência Nacional não poderiam visitar as instâncias turísticas do país. Significa, igualmente, que as divisas poderão diminuir. Em Moçambique, por exemplo, este aspecto é partilhado tanto pelo governo quanto pelo setor privado representado pela Confederação das Associações Económicas de Moçambique (CTA), cujo presidente é Agostinho Vuma. Da parte da CTA, há um entendimento segundo o qual o Coronavírus afetará negativamente a atividade turística do país, situação que está a criar instabilidade económica no seio dos empresários.

As instâncias turísticas só voltaram a reabrir quando o governo decidiu relaxar algumas medidas de prevenção a partir do mês de Agosto. Com o relaxamento de algumas medidas de prevenção decretadas pelo governo, as quais permitiam a reabertura das instâncias turísticas, viu-se propagandas a se espalharem pelas redes sociais, sobretudo, *Facebook*, publicitando mercadorias que possivelmente podem ser consumidos pelos turistas, nacionais e estrangeiros que forem a visitar estes espaços



turísticos. Mesmo assim, havia receio por parte das pessoas em frequentar os espaços turísticos, com o medo de serem infectadas pelo Coronavírus. A fraca afluência das pessoas em espaços turísticos significa que o Estado não vai conseguir arrecadar divisas suficientes a partir do turismo. Aliás, o governo já avançava que o Coronavírus está reduzindo o investimento para o setor do turismo. Além disso, o Coronavírus está a reduzir a entrada de divisas para o país.

Por exemplo, antes do Coronavírus alcançar Moçambique, o governo no seu Plano Quinquenal (2020-2024) estimava a entrada de cerca de 13 milhões de turistas, um número superior ao de 2019 que foi de cerca de 1.8 milhão. Perspectivava o crescimento de 1.1 milhão em 2020 de turistas nacionais a visitar as instâncias turísticas contra os cerca de 800 mil de 2019. Neste contexto, o Gás Natural Liquefeito (GNL) a ser explorado na Bacia do Rovuma, na província de Cabo Delgado, era visto como sendo um dos atrativos, daí que havia previsão de construção de alojamentos para receber turistas (*cf.* O PAÍS, 2020). Por parte do governo havia uma estimativa de criação de cerca de 426.3 mil empregos ao nível do país.

Algumas das ações governamentais para a promoção do turismo no país apontavam o seguinte (i) tornar fácil e acessível viajar dentro do país, através de uma maior interconectividade dos transportes aéreo, terrestres e marítimos; (ii) atrair mais investimentos de qualidade para o setor (do turismo), desenvolvendo ações de promoção da imagem do turismo de Moçambique e; (iii) incentivar o turismo doméstico através de adoção e promoção de pacotes turísticos atrativos (*cf.* O PAÍS, 2020). Para o governo, essas metas seriam alcançadas de várias maneiras: (i) capitalização da parceria público-privado, sobretudo, no âmbito de desenvolvimento de infraestruturas; (ii) na consolidação da Feira Internacional do Turismo e; (iii) na criação de hotéis-escola para garantir a formação e prestação de serviços de qualidade aos turistas (*cf.* O PAÍS, 2020). Com a eclosão da pandemia de Coronavírus no mundo e a sua propagação em Moçambique, frustrou o sonho do governo, o que significa que os números previstos para 2020 devem ser revistos.

Em Moçambique, o turismo contribui pouco para a economia do país porque grande parte das reservas e pagamentos dos turistas as instâncias hoteleiras e





turísticas, são feitas no exterior via *internet*, não permitindo assim a coleta ao nível local e a entrada direta das divisas nos cofres do Estado. O que acontece é que o turista entra no país com quase tudo para permanecer os dias que reservou junto as instâncias turísticas hoteleiras. Por exemplo, há casos em que os turistas vêm com os seus próprios produtos de consumo (alimentação, água, refrigerantes, cerveja, etc.) dos seus países de origem e isto, tem inibido a participação das comunidades locais sobre a economia gerada pelas atividades turísticas no país. Na maioria das vezes, alguns turistas voltam para os seus países deixando lixo, e como se verá mais em diante, essa situação é recorrente na praia de Macaneta em Marracuene.

O turismo em Moçambique é dominado e praticado por estrangeiros porque o governo tem alegado a falta de capacidade de gestão por parte do setor público, daí que as áreas de conservação devem ser concessionadas e entregues e geridos por quem pode e tem capacidade e/ou condições. A capacidade na gestão de parques e reservas nacionais é atribuída ao setor privado. Por exemplo, algumas praias e áreas de conservação da biodiversidade, como, por exemplo, parques e reservas nacionais, à exceção do Parque Nacional de Magoé, recentemente criado pelo Estado (*cf.* CATSOSSA, 2019), estão sendo geridos pelas empresas estrangeiras, sendo elas de origem sul-africanas e norte-americanas, só para citar alguns exemplos. Somado a sua suposta incapacidade na gestão das áreas de conservação da biodiversidade existentes no país, o governo em representação do Estado tem avançado em concessionar determinadas áreas, entregando-as ao setor privado.

Para dizer que o setor privado é que tem se beneficiado com as políticas governamentais ligadas a conservação da biodiversidade. Algumas praias também foram entregues a gestão privada, outras, estão em via de privatização, pois as mesmas têm sido fragmentadas e mais tarde, são ocupadas pelas empresas turísticas, num esquema pouco conhecido. Igualmente, esse cenário tem acontecido com áreas de conservação da biodiversidade, boa parte destas estão sendo entregues a gestão privada, com exceção do Parque Nacional de Magoé, na província de Tete, estudado por Catsossa (2019). Vale ressaltar que, o discurso político diz, por exemplo, que a gestão privada é mais eficiente se comparada a gestão pública, existem fortes indícios



que o Parque Nacional de Magóe poderá ser também tomado pelo setor privado como acontece com outras áreas de conservação distribuídos pelo país.

Este processo tem culminado com a apropriação e privatização dos espaços naturais pelo capital, isso porque depois que as empresas capitalistas receberem concessões do Estado, criam leis e condições próprias do capitalismo neoliberal, as quais passam a serem usadas na gestão das áreas de conservação da biodiversidade em sua posse. Ao serem apropriados e privatizados, os espaços naturais são transformados no que podemos chamar “territórios da conservação”, dentre eles, os parques e reservas nacionais, no caso de Moçambique. Esses *territórios da conservação* estão inseridos no chamado paradigma da “crise socioambiental”. Nota-se, portanto, o que Santos (2013) chama de “compartimentação e fragmentação do espaço geográfico” o que para Fernandes (2008) seria o surgimento dos “territórios do território”, os quais passam a ser governados e/ou geridos pelos “dinheiros globalizados” (SANTOS, 2011), mas, mascarado pelo discurso conservacionista e/ou preservacionista.

É o chamado “*green grabbing*” que é nada mais, nada menos que o processo de apropriação e privatização dos espaços naturais por meio de discursos *conservacionistas e/ou preservacionistas*. Além de ser uma farsa, a preocupação ambiental em relação ao paradigma conservacionista e/ou preservacionista, trouxe outro elemento importante à temática sobre o meio ambiente. Para Gonçalves (2019, p. 98) durante o debate em torno da questão ambiental ocorreu “a agregação do interesse econômico frente as políticas de conservação ambiental” no mundo. Convém realçar que, por de trás do discurso *conservacionista e/ou preservacionista*, está a ideologia do “desenvolvimento sustentável” (“*sustainable development*”) e a ideologia da “economia verde” (“*green economy*”).

Tanto a ideologia do “desenvolvimento sustentável” quanto a ideologia da “economia verde”, ambas são recriações do capital e o discurso *conservacionista/preservacionista* presente nelas, esconde o sentido primitivo do processo de acumulação ampliada do capital em escala global. Mesmo as praias que antes eram de uso comum e de acesso livre, verificam-se apropriação e a privatização



das mesmas pelo capitalismo global. A partir de então, a exclusão das populações locais passa a ser recorrente, pois para a sua entrada, é colocada uma taxa paga em forma de renda ao capitalista que detém o controle desta área. É o que aconteceu com a praia de Macaneta no distrito de Marracuene que será analisada mais em diante.

Moçambique conta com características e elementos muito particulares e singulares, capazes de fascinar qualquer pessoa que se dispõe a viver uma experiência e/ou aventura neste país africano. O país tem uma paisagem deslumbrante, composta por praias, parques nacionais e reservas, que são, portanto, atrativos turísticos do país. Estimativas atuais dão conta que Moçambique:

[...] abarca mais de 5.500 plantas, 220 mamíferos e 690 espécies de aves, muitas das quais endêmicas. As principais atrações estão ao longo da linha costeira de Moçambique com 2.700 Km com praias de palmeiras, lagoas e ilhas, incluindo os arquipélagos de Bazaruto e das Quirimbas, extensos recifes de coral, parques nacionais e reservas que estão sendo repovoados com uma variedade de fauna. De uma área total de 780.000 km<sup>2</sup>, 87.000 km<sup>2</sup> de áreas protegidas (11,1%), o País é povoado, com grandes áreas de terra não exploradas. A mistura de influências Africana, Árabe e Portuguesa do País é evidente na vibrante vida noturna e na gastronomia (MOÇAMBIQUE, 2015, p. 5).

Por sua vez, Moçambique tem uma extensa linha costeira, mas sob ponto de vista turístico, é pouco explorada pelo Estado. A falta de exploração da linha costeira moçambicana pelo setor turístico, em parte, está relacionada a falta de políticas estratégicas sob ponto de vista de governação. Igualmente, deve-se à forte dependência do Estado ao investimento externo. Além das lindas praias que se encontram em quase toda a zona costeira moçambicana, o país tem uma paisagem deslumbrante e fascinante, que é propícia para a prática do turismo de natureza ou ecoturismo. Em Moçambique, o turismo que mais movimentou turista no país, é turismo de natureza.

Nos últimos anos, o Estado tem promovido ações para a prática do turismo de natureza. Por causa da bela paisagem, o governo tem organizado eventos internacionais com vista a promoção de “Turismo de Natureza”. O objetivo destes eventos internacionais tem sido apresentar as potencialidades que o país possui para a



prática do turismo de natureza. Em 2017, o governo organizou a primeira Conferência Internacional sob lema Turismo baseado na Natureza, conforme figura 1:

**Figura 1:** Conferência Internacional “Turismo baseado na natureza”, Maputo/Moçambique



**Fonte:** <https://www.google.com.br/search?q=turismo+de+natureza+em+mo%C3%A7ambique&xsrf=ALeKk03Lr4jx1M7Sroq297f8pdpFrsttQ> Acesso em: 23 de fev. de 2020.

Além do setor privado nacional e estrangeiro, nesta conferência participaram várias entidades nacionais e estrangeiras, entre elas, chefes e ex-chefes de Estado, instituições multilaterais –, com destaque para o Banco Mundial. Além de ter se configurado em um espaço para a troca de experiências, para alguns participantes, sobretudo, o setor privado nacional e estrangeiro, esta conferência foi uma oportunidade para a materialização dos seus negócios.

Além disso, contou com diversas personalidades, entre políticos, empresários, acadêmicos e especialistas de 25 países visando debater a importância da conservação da biodiversidade, enquanto um atrativo turístico no mundo. Fazendo referência a esta conferência, o governo por via do extinto Ministério da Terra, Ambiente e Desenvolvimento Rural (MITADER –, atualmente, Ministério da Terra e Ambiente) responsável pelas áreas de conservação no país, afirmou o seguinte:

A nível global, os governos nacionais, ONGs e os gestores de áreas de conservação enfrentam desafios para conseguir financiar a proteção



dos habitats e espécies e, ao mesmo tempo, garantir que as comunidades locais se beneficiem das áreas de conservação. O turismo baseado na natureza, surge como uma das soluções para resolver o dilema. Ao promover a fauna bravia e os espaços naturais como atrações, os países podem preservar os ecossistemas e gerar empregos para as populações que vivem mais próximo de animais selvagens. Esta conferência internacional pretende explorar mecanismos de desenvolvimento do turismo baseado na natureza nas áreas de conservação, de forma a fornecer resultados para as pessoas e a vida selvagem. O turismo é uma indústria prioritária para o Governo de Moçambique e o Estado está empenhado em criar oportunidades que explorem e enalteçam o poder do desenvolvimento. Para este efeito, o Governo estabeleceu as condições necessárias para que as áreas de conservação implementem as parcerias público-privadas. As parcerias público-privadas são indispensáveis para oferecer um turismo de primeira classe nas áreas de conservação e também garantir que essas áreas selvagens sejam protegidas para o futuro. A cogestão das áreas de conservação é uma forma inovadora de aceder aos recursos técnicos, profissionais e financeiros necessários<sup>2</sup>.

Vale ressaltar que, não é apenas o turismo de natureza que o governo tem procurado promover em Moçambique. Pelo contrário, verifica-se também a promoção do turismo cultural. Nos últimos anos, turismo e a cultura tem andado de “mãos dadas”, enquanto atrativos turísticos. O próprio ministério se chama “Ministério da Cultura e Turismo”, uma clara confirmação de que o turismo e a cultura andam de “mãos dadas” em Moçambique. Por exemplo, antes da fusão, os Ministério da Cultura e Turismo funcionavam de forma autônomas. Mais tarde, compreende-se que havia uma necessidade de juntar cultura e o turismo no mesmo ministério e esta, foi uma ideia bem pensada.

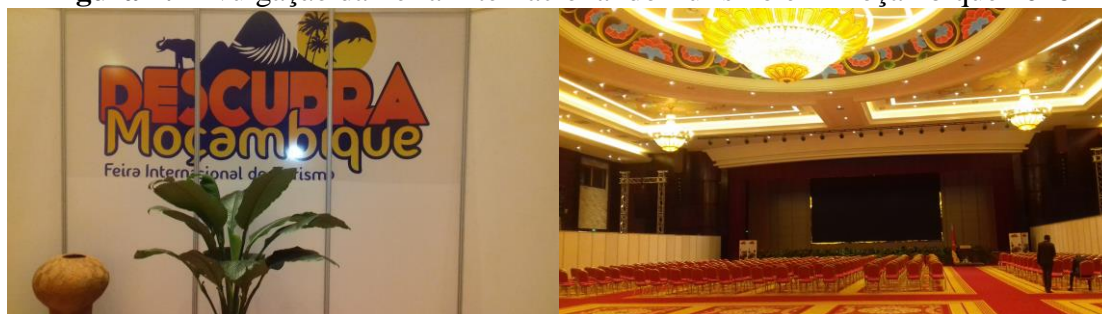
O governo entende que de mão dadas, a natureza e o turismo podem trazer ganhos para o país sob o ponto de vista de divisas para os cofres do Estado. Nos últimos anos, o governo tem organizado eventos internacionais para a promoção da natureza e a cultura no país. Em consonância com isso organizou em 2016 a Feira Internacional do Turismo, onde publicitava as potencialidades turísticas do país, sob o *slogan* “*Descubra Moçambique*” conforme ilustra a figura 2:

---

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.mitader.gov.mz/conferencia-internacional-do-turismo-baseado-na-natureza/>. Acesso em 23 de fev. de 2020.



**Figura 2:** Divulgação da Feira Internacional do Turismo em Moçambique 2016



**Autora:** Gonçalves, Karoline Batista (2016).

O governo moçambicano voltou a organizar mais um evento em 2019, entre os dias 31 de Outubro a 03 de Novembro, a “*FIKANI – Feira Internacional de Turismo de Moçambique*” e subordinou-se ao tema “*Turismo e Cultura: promovendo o emprego e o bem-estar*” e ocorreu na cidade de Maputo [vide figura 3].

**Figura 3:** Feira Internacional de Turismo de Moçambique/Maputo



**Fonte:** <http://www.micultur.gov.mz/index.php/turismo/556-vii-edicao-da-feira-internacional-de-turismo-abre-hoje-em-maputo>. Acesso em: 22 de fev. de 2020.



As feiras internacionais do Turismo de Moçambique têm sido usadas pelo governo para atrair investimento como também para publicitar as belas, maravilhosas e fascinantes paisagens que o país apresenta enquanto atrativo turístico. É a partir da apresentação dessas paisagens que o governo consegue atrair investimentos bem como os turistas para visitarem tais lugares. Em uma tentativa de fazer da cultura um atrativo turístico em Moçambique, o governo tem organizado festivais culturais que acontecem de forma rotativa em todas as províncias do país. Por exemplo, cada província envia seus representantes, os quais apresentam o que têm de melhor em termos culturais a ser explorado pelo turismo. A figura 4, mostra a publicidade da *IX Festival Nacional da Cultura*, ocorrido entre os dias 24 a 29 de Agosto de 2016, na província central de Sofala.

**Figura 4:** IX Festival Nacional da Cultura, Sofala/Moçambique



**Fonte:** <http://www.micultur.gov.mz/index.php/ix-festival-nacional-da-cultura/348-beira-acolhe-a-cerimonia-central-de-lancamento-do-ix-festival>. Acesso em: 24 de fev. de 2020.

A organização de festivais nacionais está dentro do paradigma de promoção do turismo doméstico. Nos festivais nacionais da cultura, cada província apresenta dança e cânticos, pratos (comida), artesanato típicos dos lugares. Esses aspectos funcionam como atrativos turísticos passíveis de serem vendidos aos turistas. Aqui, se está diante da espetacularização das coisas enquanto a base de sedução dos sujeitos para jogá-los no mundo do consumo. Para dizer que o turismo moçambicano, não difere



tanto do turismo de outros países do mundo, pois visa garantir acumulação privada do capital entre os grupos sociais envolvidos.

Mas, vale ressaltar que a forma como o espaço turístico moçambicano vem sendo construído/produzido e organizado, além de evidenciar uma “seletividade espacial” (“elitização dos lugares turísticos”), é marcado também por conflitos sociais caracterizados por disputas territoriais. De um lado, estão as empresas que operam no ramo da conservação/preservação da biodiversidade querendo ampliar e/ou anexar outras áreas e, do outro, os camponeses e as comunidades rurais, lutando e resistindo para permanecer em suas terras. Mulhaisse (2020) em sua tese de doutorado, revela a emergência dos conflitos sociais resultantes da produção do espaço turístico no Parque Nacional de Gorongosa, localizado na província de Sofala.

Este autor faz saber, por exemplo, que a ampliação da área do parque, levou a expropriação dos camponeses. Este processo é relatado também por Catsossa (2019), mas a partir do Parque Nacional de Magoè, na província de Tete. Com a ampliação e anexação de outras áreas, os camponeses foram inibidos de realizar determinadas atividades, como, por exemplo, a casa, a pastagem de gado, corte de estacas, lenha, fabricação de carvão vegetal, etc. Este autor faz saber que, como estratégia de sobrevivência, algumas pessoas dentro das comunidades, tem facilitado algumas empresas o corte de madeira dentro da área do Parque Nacional de Magoé.

Por sua vez, este processo é relatado também por Bruna (2020) e faz destaque do Parque Nacional do Limpopo, um parque transfronteiriço em que a gestão é compartilhada entre a República de Moçambique e a República da África do Sul. Esta autora, aponta, por exemplo, que o processo de implantação do parque levou a transferência e, conseqüentemente, o reassentamento de centenas de famílias camponesas que viviam dentro da área do parque e os que viviam na zona de Tampão. Para esta autora, o processo de reassentamento foi conflituoso, uma vez que não decorreu dentro das normas previstas na lei e como consequência disto, assiste-se à deterioração das condições de vida das famílias camponesas reassentadas.

Em relação a “seletividade espacial”, de realçar que ela inibe o acesso livre as pessoas de baixa renda aos lugares turísticos, passando assim, a serem frequentados





por uma classe social que detém poder, neste caso, financeiro na sua maioria, sul-africanos, chineses, portugueses e entre outras nacionalidades. Trata-se, portanto, de um processo contraditório e desigual de produção do espaço turístico, na medida em que o mesmo é orientado para o mercado global, cujo objetivo é gerar lucro. Significa que os nativos são excluídos em detrimento dos turistas estrangeiros e é o que se verifica no distrito de Marracuene conforme será analisado a seguir.

### **O PROCESSO DE PRODUÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO EM MARRACUENE: DO ESPAÇO DE USO COMUM AO ESPAÇO DE REPRODUÇÃO PRIVADA DO CAPITAL**

A expressão *produção do espaço*, inicialmente empregue por Henri Lefebvre, tem sido alvo de um intenso debate na ciência geográfica. O turismo por ser uma atividade econômica que se materializa no espaço geográfico, diversos estudiosos dessa área do conhecimento passaram também a analisá-lo sob viés socioespacial. Para dizer que espaço e turismo são categorias analíticas que se intercambiam mutuamente. Produzir um espaço turístico, significa acima de tudo, apropriá-lo para um determinado uso. Essa apropriação do espaço, faz emergir relações de poder. Entretanto, enquanto “prática social moderna”, o turismo “depende, indubitavelmente, da *valorização do espaço* e da *organização estratégica dos territórios*” (COSTA, 2010, p. 19 grifo do autor). A valorização do espaço para fins turísticos, significa acima de tudo, a sua transformação.

O fim, é criar elementos que vão alienar quem pretende e/ou tem interesse em visitar estes espaços. Este processo leva a apropriação e privatização da natureza, na medida em que a mesma, é transformada de *valor de uso* para *valor de troca*. Ao ser transformada em um valor de troca, a partir deste momento, a natureza passa a configurar-se como um meio de acumulação ampliada do capital em escala global para quem a apropria e a privatiza. A esse respeito, Moretti (2012) afirma:



A transformação do valor de uso para valor de troca nas relações da sociedade com a natureza faz parte do processo de produzir a natureza para atingir o objetivo definido pelo modo de produção, ou seja, a reprodução ampliada do capital em escala ampliada (MORETTI, 2012, p. 17).

Essa transformação do valor de uso para o valor de troca, ocorreu no distrito de Marracuene, na província de Maputo. A transformação do distrito de Marracuene se dá quando uma empresa turística sul-africana se territorializa na praia de Macaneta, um dos principais atrativos turísticos deste lugar. Em relação ao turismo no distrito de Marracuene, o mesmo tem como principal alvo a Praia de Macaneta, ou seja, o “turismo de praia e sol”, que em sua maioria é voltado para os turistas estrangeiros. No relato a seguir é possível observar como se encontra estruturado o turismo na região da Praia de Macaneta:

O nosso turismo é um turismo de praia e sol, em nível de distrito temos 147 estabelecimentos comerciais, em que se destaca as estâncias turísticas, hotéis, lojas e pousadas. Na praia de Macaneta temos registrado 37 estabelecimentos comerciais. Temos diversas atividades como, por exemplo, a prática do hipismo onde temos 14 cavalos a disposição dos turistas, além de atividades de canoagem e caiaque. Nas estâncias turísticas temos algumas na forma matriarcal, feito de caniço e palha, como também temos construção de quartos definitivos. A maior parte dos empresários que estão instalados aqui são estrangeiros, e muitos da África do Sul. O nosso turismo vive uma fase embrionária eu penso que com a ponte que foi construída vai revolucionar a praia de Macaneta. Em termos de comodidade até o momento o máximo que temos é um hotel quatro estrelas. Estamos em crescimento com a reestruturação de alguns aspectos. Por exemplo, nós não tivemos o cuidado de deixar espaços públicos para as pessoas locais terem acesso à praia, então hoje os acessos estão cheios de cancelas, não existem caminhos abertos. Já temos definido abrir caminhos públicos para que todos tenham acesso à praia, ou seja, um caminho com a largura de três metros para não haver transtornos. A limpeza da praia é de responsabilidade de cada estância turística, mas também vão esporadicamente pessoas do governo fazerem a limpeza. A capitânia da polícia está presente na praia (Entrevistada I, Serviço Distrital de Atividades Econômicas de Marracuene, 17/10/2016).

O turismo que vem sendo desenvolvido em Marracuene tem como propulsor a Praia de Macaneta, que embora esteja em fase embrionária possui uma característica peculiar, ou seja, as atividades desenvolvidas ali estão voltadas para um público global,



e não local. Tanto que os caminhos que dão acesso à praia começaram a serem controlados por meio de cancelas, que de certa maneira limita a população local desprovida de recursos terem acesso à área. Por exemplo, antes da colocação das cancelas pelos caminhos que dão acesso à praia de Macaneta, a população local tinha acesso livre a este lugar turístico.

O cenário altera após a construção da Estrada Circular de Maputo e da ponte que foi colocada na estrada que dá acesso à praia de Macaneta, no distrito de Marracuene. A partir de então, quem quisesse entrar e usufruir das águas cristalinas que a praia de Macaneta proporciona, teria que pagar uma taxa. Tendo em conta que grande parte da população local é pobre, identificamos que a taxa cobrada pela empresa gestora da praia de Macaneta, passou a ser um limitante para que a população local fosse a praia. Podemos dizer que a taxa atualmente cobrada pela empresa gestora da praia de Macaneta contribui para a exclusão da população local.

A comunidade de Marracuene, sobretudo, a que vive nas proximidades da praia de Macaneta, que tem a natureza como um bem de uso comum, passou a ser inibida de usufruí-la, pois a mesma, foi apropriada e privatizada com vista a atender os interesses meramente capitalistas, os de acumulação privada da riqueza. Neste caso, quem se beneficia com a instalação de cancelas no acesso à praia são as empresas turísticas e não as populações circunvizinhas. O que fica na praia de Macaneta, é apenas o lixo trazido por turistas sul-africanos e alguns moçambicanos que vivem nas cidades de Maputo e Matola, respectivamente. Para a remoção deste lixo, tem havido algumas iniciativas lançadas por alguns ambientalistas como é o caso do jurista e ambientalista Carlos Serra.

Através do “Operação Caco”, ele tem mobilizado pessoas para a remoção de lixo nas praias sendo a de Macaneta uma delas. Carlos Serra tem aproveitado este momento para conscientizar as pessoas sobre a importância de não sujar as praias. Nesse sentido, podemos perceber que esse turismo acaba influenciando a organização territorial do distrito, que antes tinha o acesso livre a área e, no entanto, passaram a serem controladas, e produziram uma nova dinâmica para o turismo da região. No entanto, essas mudanças de certa maneira ainda não trazem tantos benefícios para ao



distrito como inicialmente planejava, pois grande parte das divisas não ficam no distrito como é possível observar no relato abaixo:

**O que representa o Turismo para o Distrito de Marracuene?** A maioria de nossos clientes e empresários são sul-africanos e chineses. O ruim é que todos esses turistas pagam os gastos no país de origem e vem pouca coisa para o distrito. O distrito não realiza cobranças fiscais. A atividade tributária está sendo criada ainda. E os empresários de nossa região pagam os tributos em outras províncias porque nós aqui não temos como cobrar. Sobre o licenciamento para abertura dos estabelecimentos até duas estrelas e 10 camas vai para responsabilidades da província e depois já é de responsabilidade da nação. E para a execução da atividade turística eles fazem uma contribuição que pode ser mensal, trimestral, semestral ou anual dependendo do valor. As empresas de turismo que temos aqui a maioria dos proprietários são estrangeiros, mas os funcionários de Marracuene. E quando essas empresas vão requerer o licenciamento eles devem dizer quantos empregados terão, quantos são homens, mulheres e estrangeiros (Entrevistada I, Serviço Distrital de Atividades Econômicas de Marracuene, 17/10/2016).

Ao longo de nossas visitas ao distrito observamos que as práticas turísticas ainda se encontram em uma fase inicial, pois o distrito apresenta um grande potencial que pode ser aproveitado tanto pela população local quanto pelo Estado, que antes de tudo, deve ter uma política voltada para o desenvolvimento dessa atividade. As relações que são estabelecidas no processo de produção do espaço turístico no distrito de Marracuene são múltiplas e isto, se deve a uma infinidade de referenciais culturais e características próprias que se tornam evidentes na relação com o outro. Mas, nisso tudo, há um aspecto que chama atenção.

Nota-se, portanto, a apropriação da praia de Macaneta pelo capital monopolista de origem sul-africano. Por sua vez, o acesso à praia por meio de veículos motorizados estava limitado, pois para ingressar nos caminhos de acesso era cobrado uma taxa, justificada pelo fato de serem veículos motorizados. Antes da territorialização do capital turístico sul-africano, o acesso à praia de Macaneta era livre. Mas, com a chegada dos capitalistas sul-africanos, e posteriormente, a apropriação da praia de Macaneta, tudo neste local mudou de forma repentina, pois as relações sociais aí estabelecidas, passaram a ser medidas por meio de uma moeda, o metical, rand ou dolar.



Significa que para o indivíduo ter acesso à praia de Macaneta, deveria pagar uma taxa, o equivalente a *renda* (da terra). Por sua vez, nas proximidades do local de acesso à praia, há outro aspecto que chama atenção. Neste local foi constatado que uma parte considerável dos lotes estavam demarcados e cercados. Estes lotes demarcados e cercados, possivelmente, são de grupos sociais que pretendem se integrar na economia gerada pelo turismo através de oferecimento de serviços de hospedagem. Mas, vale ressaltar que a possibilidade destes lotes serem das elites políticas e econômicas moçambicanas, é maior.

Boa parte destes lotes foram adquiridos a muito tempo pelos seus “donos”, esperando apenas a valorização de Marracuene pela atividade turística para depois, entrarem na órbita da acumulação privada do capital. Significa que os supostos “donos” se bem entenderem, podem construir casas para hospedarem turistas como também podem vender tais lotes, às vezes, especulando a quem precisa deles para o uso capitalistas dos mesmos. Essa prática é recorrente em Moçambique e bem demonstrada por Catsossa (2020), pois é desta forma que o capital circula. O turismo em Marracuene tem se beneficiado grandemente pela infraestrutura chamada “Circular de Maputo” que é uma estrada, diga-se de passagem, “moderna” pela sua planta conforme ilustra a figura 5.

**Figura 5:** Estrada Circular de Maputo/Moçambique



**Fonte:** <https://realestate.co.mz/2019/03/19/ministro-pede-manutencao-imediata-da-estrada-circular-de-maputo/> . Acesso em: 20 de fev. de 2020.



A “Estrada Circular de Maputo” permite a circulação de turistas para diferentes pontos da cidade de Maputo como, por exemplo, a praia da Costa do Sol, sítios culturais dentre outros. Esta infraestrutura facilita o acesso ao distrito de Marracuene, enquanto espaço turísticos por parte dos cidadãos nacionais e dos turistas estrangeiros, que procuram deliciar-se da paisagem exorbitante aí existente. Quando não havia a circular, o acesso era a travessia era feita por meio de balsas. Foi um grande investimento feito em sua maioria por capital chinês, conforme figura 6:

**Figura 6:** Construção da Ponte chamada Circular (à esquerda) e Margens da Circular (à direita)



**Autora:** GONÇALVES, K. B. (2016).

Ainda a caminho da praia de Macaneta, passando pelo perímetro urbano de Marracuene, é possível visitar a feira de pequenos agricultores, caracterizado pelo comércio informal, em sua maioria mulheres, que comercializam os produtos de suas machambas (pequenas parcelas de terras onde se desenvolve práticas agrícolas). É importante ressaltar que em Moçambique, diferente do Brasil, não existe a propriedade privada da terra, ou seja, obtém-se o direito de uso de uma parcela de terra:

Na República de Moçambique a terra é propriedade do Estado e não pode ser vendida, ou por qualquer outra forma, alienada, hipotecada ou penhorada. Como meio universal de criação da riqueza e do bem-estar social, o uso e aproveitamento da terra é direito de todo povo



moçambicano. As condições de uso e aproveitamento da terra são determinadas pelo Estado. O direito de uso e aproveitamento da terra é conferido às pessoas singulares ou coletivas tendo em conta o seu fim social (MOÇAMBIQUE, 2016, p. 01).

Dentro da sociedade moçambicana, há, portanto, um entendimento segundo o qual, em Moçambique está em curso um processo de privatização e mercantilização da terra, isto num contexto de propriedade da terra. De fato, os títulos de terras têm sido comercializados a preços exorbitantes e isto ocorre com frequência nas cidades. Verifica-se, portanto, uma especulação e para obterem maiores lucros, os seus detentores dividem em pequenas parcelas e depois, vendem aos que precisam da terra. O mercado de terras em Moçambique é mais ativo nas cidades sendo, contudo, elevado em áreas de interesse turístico.

Com isso, não significa que o campo está imune a este fenômeno pois, o mercado de terras em Moçambique vem crescendo também nessa área, e deve-se a recente expansão do agronegócio. Como consequência disto, muitas famílias camponesas são expropriadas e expulsas das suas terras, situação que desemboca em conflitos sociais caracterizadas por disputas territoriais. Muitos camponeses (homens e mulheres) desenvolvem atividades agrícolas, ocupam espaços reduzidos. Pelo fato dos espaços que ocupam serem reduzidos, nem sempre produzem alimentos suficientes para o consumo, daí que caem cíclicamente na fome e na miséria (*cf.* CATSOSSA, 2020).

Os poucos produtos que os camponeses retiram de suas machambas (espaço de produção camponesa) enquanto mecanismo de territorialização do modo camponês de fazer agricultura no campo (*cf.* CATSOSSA, 2020), comercializam em mercados locais e pequenas feiras ou em alguns espaços da cidade, muitas vezes nas esquinas das ruas. Esse cenário foi constatado em Marracuene. Em relação à infraestrutura do local que abriga a feira de Marracuene que ocorre aos sábados, podemos observar que ainda é precário, pois a maioria das mulheres comercializam seus produtos no chão, conforme podemos visualizar na figura 7.



**Figura 7:** Feira de Marracuene (à esquerda) e maneira de comercializar os produtos (à direita)



**Autora:** GONÇALVES, K. B. (2016).

Logo após visita a feira de mulheres, seguiu-se para a praia de Macaneta, com o intuito de identificar como as atividades turísticas tem crescido na região, além de observar as práticas dos pescadores locais. Quando nos aproximamos do local grande parte dos pescadores já estavam no mar com suas redes apostas, ficamos na praia até o retorno dos mesmos, e presenciamos a chegada dos outros integrantes de suas famílias que auxiliam na puxada da rede de pesca. Vale salientar que a pesca artesanal tem um destaque no país sendo caracterizada pela utilização de técnicas rudimentares e o uso de pequenas embarcações, uma realidade que pode ser identificada na figura 8.

**Figura 8:** Pescadores da praia de Macaneta (à esquerda) rede utilizada para a pesca (à direita)



**Autora:** GONÇALVES, K. B. (2016).





Depois que os pescadores terminaram de puxar suas redes, conversamos com alguns no intuito de saber como estavam às atividades de pesca da região, e grande parte nos relatou que nos últimos dias havia diminuído a quantidade de peixes, mas que havia épocas em que a pesca era farta. Os peixes são vendidos por quilo para o comércio local, para os turistas que vem na praia, e quando eles têm pescas abundantes, as mulheres acabam comercializando no distrito de Marracuene na feira. Após observar as atividades dos pescadores recorremos à praia de Macaneta para observar de que maneira está ocorrendo o crescimento do número de estabelecimentos comerciais nessa área. Foi possível perceber que houve um grande crescimento no número de hotéis e pousadas na região, e grande parte dos donos são estrangeiros, em sua maioria de nacionalidade sul-africana. Na figura 9 é possível visualizar alguns dos estabelecimentos que estão instalados em áreas próximas a praia:

**Figura 9:** Comércio Praia de Macaneta (à esquerda) e Quiosques comerciais (à direita)



**Autora:** GONÇALVES, K. B. (2016).

Em relação a dinâmica e a organização territorial do distrito, muitos artesãos que vivem no distrito dependem da venda de seus produtos para garantir seu sustento, o que acaba contribuindo para que eles negociem uma peça com um valor mais baixo do que aquele encontrado nos grandes comércios, pois em determinados casos toda a família depende dos recursos que o artesanato propicia, e a família está involucrada na produção. A pesca é uma atividade importante para o distrito, além de ser uma fonte de alimentação, gera empregos.



## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao longo deste artigo foi possível perceber que o território moçambicano é um produto e condição da vida em sociedade e em natureza, onde ocorrem constantes mudanças e transformações, continuidades e descontinuidades que podem ser materiais desde as grandes construções e obras de infraestrutura, imateriais como a expansão do Coronavírus e até simbólicas, como a influência na identidade, e a relação com o outro. Desta forma todos esses elementos influenciam de maneira direta ou indireta na estruturação das atividades turísticas em Marracuene. O turismo em Marracuene tem sido desenvolvido sem levar em consideração as especificidades locais, pois o que se nota é que toda a estrutura que está sendo criada/produzida para o desenvolvimento das atividades turísticas.

Significa que o turismo praticado em Marracuene, está voltado para os interesses de empresários e turistas estrangeiros sendo a maioria, sul-africanos, estadunidenses e chineses, chegando em alguns momentos a limitar o acesso da população local que tem sua identidade e seus referenciais pautados nesse território. O que limita o acesso a população local são os escandalosos preços que têm sido cobrados pelas instâncias turísticas. É um turismo que atende os interesses/desejos dos “de fora” que os “do lugar”. Trata-se, no entanto, de um turismo, cujo objetivo principal é empreender a acumulação privada do capital com base na e apropriação monopolização da natureza.

Ao ser apropriada e monopolizada, segue a produção de uma outra natureza, neste caso, artificial, visando agregar um novo conteúdo, com o objetivo de satisfazer os desejos dos consumidores. Contudo, nem sempre o Estado está presente para fiscalizar as instâncias turísticas e, como resultado disso, os capitalistas ligados ao turismo determinam quais preços colocar. Embora, o governo esteja investindo no turismo visando alcançar o desenvolvimento local, as evidências mostram ao contrário. Falar do desenvolvimento local por meio do turismo em Moçambique, ainda é uma utopia, pois



as populações locais são excluídas dos processos e o caso de Marracuene, é apenas um exemplo clássico disto.

A instituição de cancelas no acesso à praia de Macaneta, a instalação de redes hoteleiras e agências de turismo estrangeiras nos revelam as transformações que estão em curso em Marracuene, acabam sendo uma apropriação do espaço natural pelo capital estrangeiro para a sua acumulação ampliada em escala global, sem levar em consideração as particularidades e necessidades da população local. Posto isso, entendemos que grande parte das transformações que estão ocorrendo no distrito são direcionadas para atrair mais turistas, pois para que o turismo possa crescer e se estruturar no país ele tem que atender aos requisitos do turista atual, que procura exuberância, conforto e praticidade.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Tradução: Marcus Penchel. Editora: Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2007.

BARROS, Maria Cristina Lanza de & CATSOSSA, Lucas Atanásio. **A fronteira Brasil (Foz de Iguaçu –PR) – Paraguai (Ciudad de Leste): em foco o espetáculo e o consumo “na” e “da” fronteira**. In: Anais do XVII Congresso Internacional FoMerco (Fórum Universitário Mercosul): América Latina: Resgatar a Democracia, Repensa a Integração. Foz de Iguaçu/PR, 25 a 27 de Setembro de 2019.

BECK, Ulrich. **Sociedade do risco: rumo a uma outra modernidade**. Tradução: Sebastião Nascimento. 1ª edição; Editora: 34, São Paulo, 2010.

BRUNA, Natacha. **Ambiente como novo veículo de usurpação de recursos em Moçambique: enfoque nos reassentamentos**. In: Destaque Rural N° 83. Observatório do Meio Rural – OMR, Maputo, 2020.

CATSOSSA, Lucas Atanásio. **Disputas territoriais entre o campesinato e o agronegócio no Corredor de Nacala em Moçambique**. Tese (Doutorado em Geografia), UFGD, Dourados-MS, 2020.



CATSOSSA, Mavuto Atanásio. **Exploração Florestal na Zona Tampão do Parque Nacional de Mágoè: Estudo de Caso localidade de Nhabando, Distrito de Cahora Bassa.** Dissertação (Mestrado em Gestão Ambiental), UniPúnguè, Tete, 2019.

COSTA, Everaldo Batista da. **A concretude do fenômeno turismo e as cidades-patrimônio-mercadorias: uma abordagem geográfica.** Editora: Livre Expresso, Rio de Janeiro, 2010.

DAVIS, Mike. **A crise do coronavírus é um monstro alimentado pelo capitalismo.** In: DAVIS, Mike *et al* (Orgs). **Coronavírus e a luta de classes.** Editora: Terra sem Amos, p. 5-12. Brasil, 2020.

DEDORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Editora: Contraposto, Rio de Janeiro, 2003.

FERNANDES, Bernardo Mançano. *Entrando nos Territórios do Território.* In: PAULINO, Eliane Tomiasi & FABRINI, João Edmilson (Orgs). **Campesinato e territórios em disputas**, 1ª edição, Editora Expressão Popular, p. 273-301, São Paulo, 2008.

GONÇALVES, K. B. **Pantanal Transfronteiriço (Bolívia- Brasil- Paraguai) e as Áreas Protegidas: Da produção de territórios as iniciativas de conservação.** Tese de Doutorado (Doutorado em Geografia), UFGD, Dourados- MS, 2019.

HARVEY. **A loucura da razão econômica: Marx e o capital no século XXI.** Tradução: Artur Renzo. 1ª edição; Editora: Boitempo, São Paulo, 2018.

HARVEY, David. *Política anticapitalista em tempos de COVID-19.* In: DAVIS, Mike *et al.*, (Orgs). **Coronavírus e a luta de classes.** Editora: Terra sem Amos, p. 13-23, Brasil, 2020.

INE. **Estatísticas do turismo 2016-2018.** Maputo, 2018.

MITADER. **Conferência Internacional do Turismo baseado na natureza.** Disponível em: <https://www.mitader.gov.mz/conferencia-internacional-do-turismo-baseado-na-natureza/>. Acesso em 23 de fev. de 2020.

MOÇAMBIQUE. **Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Moçambique (2016-2025).** Maputo, 2015.

MOÇAMBIQUE. **Direito do Uso e Aproveitamento de Terra.** 2016. Portal do Governo de Moçambique. Disponível em: <http://www.portaldogoverno.gov.mz/por/Cidadao/Informacao/Direito-do-Uso-e-Aproveitamento-de-Terra>. Acesso em: 11 de nov. de 2016 às 18h24min.



MORETTI, Edvaldo César. Turismo em assentamentos rurais e unidades de conservação: desobedecer, desordenar e desinventar as geografias em movimento. In: THOMAZ, Rosângela Custódio Cortez; MARIANI, Milton Augusto Pasquotto & MORETTI, Edvaldo César (Orgs). **O Turismo rural e as territorialidades do campo e da cidade**. Editora: UFMS, p. 11-31; Campo Grande, MS, 2012.

MULHAÍSSE, Raimundo Alberto. **Sobreposição territorial: área de conservação total e terras comunitárias na Serra da Gorongosa em Moçambique**. In: Revista Geouerj - Dossiê: Olhares Geográficos sobre Moçambique, n. 37, p. 1-33, 2020.

O PAÍS. **Receitas no turismo reduziram mais de 90% devido à COVID-19**. 2020. Disponível em: <http://opais.sapo.mz/receitas-no-turismo-reduziram-mais-de-90-devido-a-covid19>. Acesso: 19/09/2020.

OLIVEIRA, Ana Maria Soares de. **Relação Homem/ Natureza no modo de produção capitalista**. Scripta Nova Revista Eletrónica de Geografía y Ciências Sociales. Universidade de Barcelona. Vol. VI, nº 119 (18), 1 de agosto de 2002. Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn119-18.htm#1>>. Acesso em 17 de jun. de 2019.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. 5. ed. 1 reimpr. São Paulo: EDUSP, 2012. 176 p. (Coleção Milton Santos, 11).

SANTOS, Milton. O dinheiro e território. In: SANTOS, Milton & BECKER, Bertha. K. (Orgs). **Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial**. 3ª edição, Editora Lamparina, Rio de Janeiro, 2011.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 23ª edição; Editora: Record, São Paulo, 2013.

SILVEIRA, Maria Laura. Da feitchização dos lugares a produção local do turismo. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (Orgs). **Turismo, Modernidade e Globalização**. Editora: Hucitec, p. 36-45, Sao Paulo, 1997.

Recebido em janeiro de 2021.

Revisão realizada em maio de 2021.

Aceito para publicação em junho de 2021.