

VII CINCCI

VII Colóquio internacional
sobre Comércio e Cidade

Fortaleza, 03 a 07 de Novembro de 2020

Perspectivas sobre o Turismo na Cidade Contemporânea: o caso de Barra Grande – PI

Perspectives on Tourism in the Contemporary City: the case of Barra Grande – PI

Perspectivas sobre el Turismo en la Ciudad Contemporánea: el caso de Barra Grande – PI

MORAES, Sérgio Torres; PhD; Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
sergiomoraes@arq.ufsc.br

MARQUES, Marina Brito de Oliveira; Mestranda; Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
marinabritomarques@gmail.com

Resumo

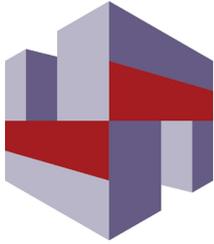
Recentemente o planejamento urbano passou a ser feito de maneira estratégica, pensando em como tornar a cidade mais competitiva e atrativa para investimentos, sobrepondo interesses privados aos públicos: a “cidade-mercadoria”. A fragmentação moderna, que desmancha os sólidos da tradição e da experiência, significa para os espaços a substituição dos saberes locais para se adotar um modelo global, que homogeneiza práticas, costumes e construções. Esta realidade é aumentada em cidades turísticas, nas quais a espetacularização é praticamente regra para atrair turistas. Este estudo analisa o caso do povoado turístico de Barra Grande, Piauí, buscando discutir sobre perspectivas do turismo na cidade contemporânea e entender em que medida o turismo na localidade reflete a lógica da cidade-mercadoria e da sociedade do espetáculo.

Palavras-chave: Cidade-mercadoria. Espetacularização. Turismo.

Perspectives on Tourism in the Contemporary City: the case of Barra Grande – PI

Abstract

Recently urban planning started to be done in a strategic way, thinking about how to make the city more competitive and attractive for investments, overlapping private interests to the public: the “commodity city”. Modern fragmentation, which dismantles the solids of tradition and experience, means for spaces to replace local knowledge in order to adopt a global model, which homogenizes practices, customs and



VII CINCCI

VII Colóquio internacional
sobre Comércio e Cidade

Fortaleza, 03 a 07 de Novembro de 2020

constructions. This reality is heightened in tourist cities, where spectacularization is practically the norm to attract tourists. This study analyzes the case of the tourist village of Barra Grande, Piauí, seeking to discuss perspectives of tourism in the contemporary city and understand to what extent tourism in the locality reflects the logic of the merchandise city and the society of the spectacle.

Keywords: *Commodity city. Spectacularization. Tourism.*

Perspectivas sobre el Turismo en la Ciudad Contemporánea: el caso de Barra Grande – PI

Resumen

Recientemente, la planificación urbana comenzó a hacerse de manera estratégica, pensando en cómo hacer que la ciudad sea más competitiva y atractiva para las inversiones, superponiendo los intereses privados al público: la "ciudad mercantil". La fragmentación moderna, que desmantela los sólidos de la tradición y la experiencia, significa que los espacios reemplacen el conocimiento local para adoptar un modelo global que homogeneice las prácticas, las costumbres y las construcciones. Esta realidad aumenta en las ciudades turísticas, donde la espectacularización es prácticamente la norma para atraer turistas. Este estudio analiza el caso de la aldea turística de Barra Grande, Piauí, que busca discutir las perspectivas del turismo en la ciudad contemporánea y comprender en qué medida el turismo en la localidad refleja la lógica de la ciudad de mercancías y la sociedad del espectáculo.

Palabras clave: *Ciudad de mercancías. Espectacularización. Turismo.*

1 Introdução

Este estudo se propõe a refletir sobre o turismo e suas implicações para a produção do espaço e para as sociabilidades na sociedade contemporânea, a partir dos conceitos cidade-mercadoria e sociedade do espetáculo. Características da contemporaneidade estão presentes em cidades turísticas de maneira potencializada nas diferentes esferas – econômica, social e cultural – pois a preocupação em atrair cada vez mais pessoas/consumidores conduz os processos de criação das paisagens, muitas vezes sem vínculo com o território e a população originários. Este vínculo de exclusividade com as raízes locais é substituído por influências de diversas pessoas e culturas, o que pode significar não uma perda mas a representação da nova forma de interação entre as pessoas e com o mundo – constantemente fluida (HANNERZ, 1997).

Para tornar o trabalho aplicado e aproximá-lo de uma caso concreto, analisou-se o povoado de Barra Grande, localizado no litoral do Piauí, que está passando por alteração de suas dinâmicas desde a intensificação do turismo em meados dos anos 2000. Os impactos do turismo em Barra Grande foram estudados em diversos campos, tais como Sociologia, Turismo, Antropologia e Arqueologia, Desenvolvimento e Meio Ambiente, entretanto ainda não foi feito um estudo no local que tenha como foco principal as questões socioespaciais, intrínsecas à Arquitetura e ao Urbanismo. As alterações sofridas no povoado em decorrência das práticas turísticas refletem, para o urbanismo, na produção do espaço, agora determinada a partir da lógica contemporânea de homogeneização, espetacularização e simulação do real.

Como resultado dessas questões, este estudo visa colaborar com as discussões sobre o papel do turismo contemporâneo em relação a aspectos como apropriação cultural, consumo visual, sociabilidade e fluidez e analisar em que medida o turismo em Barra Grande reflete a lógica da cidade mercadoria e da sociedade do espetáculo. Para isso, estabeleceu-se como objetivos específicos apontar duas perspectivas sobre o papel do turismo no contexto da cidade contemporânea: 1) levantar as estratégias adotadas no modelo de desenvolvimento turístico de Barra Grande e; 2) analisar como essas perspectivas se aplicam à realidade do povoado. O trabalho utilizou a pesquisa bibliográfica como metodologia, além da pesquisa de campo, baseada na observação do povoado através de caminhadas, a fim de perceber a sua dinâmica em uma percepção espontânea impossível de ser captada em situações formais. Esperamos portanto, contribuir para a discussão sobre desenvolvimento e planejamento urbano que preservem as identidades locais.

2 A cidade contemporânea

O território de uma cidade é a materialização da sua estrutura social, composto pelo fluxo de pessoas e de mercadorias e com relações intra-urbanas, regionais e globais, entendendo o contexto político-econômico vigente (SANTOS, 2009). Assim, as cidades contemporâneas buscam ser “globais”, e se preparam para a economia global, funcionando como o suporte físico para esse novo cenário. Nessa lógica as cidades devem se adaptar às transformações globais, tornando-se

competitivas – as melhores são aquelas com maior poder de adaptação (FERREIRA, 2003). Competir por investimento de capital e tecnologia, para atrair indústrias e negócios, nos preços e qualidade de serviços e na força de trabalho qualificada (VAINER, 2002).

Assim, nas últimas décadas as políticas de gestão urbana e o planejamento urbano passam a ser pensados de maneira estratégica para se alcançar tal condição, no qual o marketing urbano exerce um papel fundamental. A cidade pensada como empresa. O planejamento estratégico é uma corrente forte principalmente entre os arquitetos catalães, devido ao caso de sucesso na reurbanização de Barcelona para as olimpíadas de 1992. Entretanto, de acordo com FERREIRA (2003) é impossível comparar a situação encontrada nesse país europeu, de economia pujante e de realidade social muito menos desigual do que a brasileira.

O principal problema na configuração desse modelo é a sua transferência para realidades distintas de outros países, principalmente os periféricos, como explica Ferreira (2003). Vende-se a ideia para as cidades periféricas de que desta forma será possível atrair fluxos de comando da economia global, porém se sabe que o capital transnacional se concentra em poucas “cidades sede” (FERREIRA, 2003).

Além disso, a analogia cidade-empresa não se restringe a uma proposta administrativa, na verdade está em questão a redefinição do poder local (VAINER, 2002). De acordo com Vainer (2002), o próprio conceito de cidade se altera quando poder público e governo ganham outro significado, apropriados por grupos privados. Tem-se, então, a despolitização da cidade. O território para exercer a democracia local é substituído por discussões de gestão e lucro.

A política de encolhimento do espaço público é construída a partir do consenso entre sociedade e governo (VAINER, 2002). Com a cidade tratada como uma *unidade* tais políticas podem ser aceitas sem questionamento com uma construção ideológica que coloca esse modelo como necessário e legitimando as ações propostas (FERREIRA, 2003). Elas precisam de um governo forte, que expresse “a vontade unitária de toda uma cidade de manter a trégua e a coesão interna, a fim de afrontar, com base num projeto competitivo e no patriotismo cívico, as outras cidades” (VAINER, 2002, pag. 97).

A pobreza não condiz com a imagem da cidade global (ou que busca sua inserção em uma estrutura territorial globalizada), por isso tem de ser mascarada (VAINER, 2002). A lei, que deveria amparar pautas urbanísticas que incluíssem as pessoas excluídas socio e espacialmente, é aplicada de forma arbitrária, reforçando a segregação e exclusão (MARICATO, 2003). Esta é uma prática conhecida, mas o recente discurso da cidade-mercadoria, competitiva e “adaptada” ao capital transnacional, de certa forma o legitima e torna a reversão dessa lógica mais difícil.

Percebe-se que o urbanismo têm servido, na maioria dos casos, como instrumento para desenvolver a cidade-mercadoria da maneira que melhor convir ao sistema dominante, que nem sempre ou raramente coincide com as opções mais indicadas para promover “o direito à cidade” e a qualidade de vida de seus habitantes. Nesse sentido Guy Debord (2003) diz que o urbanismo é desenvolvido a partir da lógica de dominação para garantir a manutenção do poder de uma classe sobre as demais, agindo através da criação de cenários (DEBORD, 2003).

Estes cenários dos quais Debord (2003) fala dizem respeito à espetacularização das cidades, que é apenas um dos aspectos que reflete a importância da imagem na sociedade contemporânea, na qual a vida, de maneira

geral, tornou-se um espetáculo. Este se estabelece através do discurso que permeia todas as relações sociais entre pessoas, na vida familiar, social e econômica, mediatizada por imagens. Esse “fetiche” da mercadoria é disseminado através da publicidade e da mídia e garantido com o exercício do “não pensamento” e da “não reflexão”, necessários para que o sistema funcione (DEBORD, 2003).

Chama-se de ideologia do espetáculo esta maneira de lidar com o mundo e com as informações que o cercam de maneira não crítica. A combinação da ideologia do espetáculo à globalização tem como resposta, em termos espaciais, a homogeneização e a padronização na produção de diferentes lugares. Estes se unem por meio da produção e da distribuição de mercadorias em série, gerando espaços com um mesmo padrão sem autonomia que afeta sua qualidade (DEBORD, 2003).

3 As perspectivas sobre o turismo nesse contexto

Dentro dessa realidade, o turismo foi intensificado à medida que a conexão simbólica entre as cidades globais foi se estabelecendo, facilitada pela mobilidade. Hoje é uma das atividades econômicas mais visadas na cidade-mercadoria, impulsionada em grande parte pela supervalorização da imagem na sociedade contemporânea – as pessoas sentem necessidade de compartilhar em redes sociais os seus momentos de lazer e há nisso uma competição (quase declarada) de quem consome “mais e melhor”. Nesse sentido, a própria paisagem passa a ser consumida como produto no turismo.

Zukin (1996), com base na geografia e história da arte, afirma que a paisagem é constituída por uma parte material e por uma representação simbólica das relações sociais e espaciais. “Com frequência, o que observamos como paisagem – aquilo que é construído, escondido e que resiste – é uma paisagem do poder” (ZUKIN, 1996, p. 106). A autora ainda alerta que a “paisagem” é a maior apropriação cultural do mundo atual – se dá quando um grupo social não nativo assume a perspectiva e impõe sua visão, que conduz a uma apropriação espacial (ZUKIN, 1996).

O mercado se apropria então da imagem, porque ela tem muita força simbólica no mundo contemporâneo, e para os destinos turísticos ela é utilizada para tornar o lugar cada vez mais atrativo e competitivo. Nas cidades turísticas quase tudo é encarado como objeto de consumo (Krippendorf, 1989) e as pessoas associam o momento de lazer imediatamente ao momento de consumir. Desse modo, não se poupam esforços, criando, inclusive, simulacros do real, muitas vezes sem vínculo com a história, identidade e cultura do lugar e da população originária (DEBORD, 2003). O consumo visual pode ou não dizer respeito à realidade (ZUKIN, 1996).

Difícilmente os turistas parecem interessados em conhecer o que é real, pois mesmo quando eles consomem sabendo que se trata de um cenário, o produto não é desvalorizado (ROJEK, 1993). A falta de apego à autenticidade parece estar relacionada à mudança da relação com as localidades. Uma vez que o local está sendo substituído pelas perspectivas globais, os produtos e espaços perdem a conexão direta com seu local de origem, com sua história e tradição daqueles que o produzem, sendo reproduzidos em muitos lugares (ZUKIN, 1996). Nesse contexto de padronização, fruto do compartilhamento global cada vez maior, Zukin (1996) levanta duas questões importantes: primeiro, se isso marcará o fim do vernacular e da produção local e segundo se o fato de a comunidade tradicional intrinsecamente

relacionada ao lugar de origem não existir mais de maneira “íntacta” seria suficiente para pensarmos no fim das particularidades.

De acordo com Lucchiari (1997) as atividades turísticas são constantemente associadas à marginalização socioeconômica e espacial das populações nativas e migrantes de baixa renda, materializadas no espaço construído e nas atividades produtivas. Contudo a autora comenta que o consumo do espaço “por um lado [...] pode levar à sua degradação, por outro, pode-se considerar, também, que as novas paisagens promovidas pelo turismo representam, na verdade, as formas contemporâneas de espacialização social, em que novas configurações de sociabilidade, mais híbridas e mais flexíveis são construídas” (LUCHIARI, 2001, apud COELHO, 2004).

Não se questiona aqui o fato de que a sociedade contemporânea contém características individualistas e padronizadas e que isso repercute nas relações sociais e com o mundo, mas sim quais são as consequências dessas novas configurações para a produção dos espaços. Será que as localidades de fato estão sendo anuladas ou o global consegue fazer um rearranjo das localidades de forma híbrida?

O mundo contemporâneo plural e híbrido não comporta dualismos – local oposto ao global; urbano oposto ao campo; dentre outros. A “hibridação” é responsável por novos processos simbólicos, os quais são feitos a partir de ideias de tipos e lugares diferentes (CANCLINI, 1997). O autor comenta sobre a relação entre hibridação e cultura:

Todas as artes se desenvolvem em relação com outras artes: o artesanato migra do campo para a cidade; os filmes, os vídeos e canções que narram acontecimentos de um povo são intercambiados com outros. Assim as culturas perdem a relação exclusiva com seu território, mas ganham em comunicação e conhecimento (CANCLINI, 1997, p. 29).

Para o autor o papel do sujeito nesses rearranjos é a desterritorialização e em seguida a reterritorialização. A cultura perde a relação originária com o seu território mas é realocada parcialmente em diversos territórios, agregada a outras culturas (CANCLINI, 1997). Geralmente ao tratar de cidades turísticas, entende-se que a cultura local foi perdida devido a chegada de outros interesses e olhares, na dicotomia “oprimidos” x “opressores”. Hannerz (1997) também aborda esse tema e propõe um olhar no qual a cultura do lugar é exatamente a relação de todas as culturas que se encontram, reflexo da interação de pessoas e de grupos de pessoas diferentes. Nesse sentido, a cultura das cidades turísticas não estaria sendo perdida, mas sim mudada, pois ela é fluida, dinâmica e relacional.

A fluidez permite um vínculo menos rígido entre as classes sociais e os estratos culturais, com a tendência de uma relação maior entre os grupos, o que não significa que essa circulação dissolveu as diferenças de classes e a assimetria entre países, mas dá uma nova configuração (CANCLINI, 1997). Existem casos em que se opta por não agregar determinadas culturas que são consideradas menos importantes. Hannerz (1997) chama essa interrupção na distribuição dos significados de “limite cultural” e o explica como sendo a falta de exposição suficiente para que haja compreensão, valorização ou qualquer tipo de apropriação cultural. É importante reconhecer as não incorporações intencionais para lembrar da assimetria entre os fluxos e pensar sobre como diminuí-la, permitindo as mesmas possibilidades para todos os grupos.

Também existem casos em que preserva-se grupos tradicionais para que permaneçam intocados. Muitas vezes é um esforço em cidades turísticas pois a imagem do “tradicional” é valiosa no mundo em que nada parece ser exclusivo. Uma das paisagens fabricadas para o mercado de consumo é a cultura da natureza “intacta” e encará-la como produto significa racionalizar a utilização dos recursos naturais, o que não existia para a população nativa (estes associam os recursos à garantia do seu modo de vida) e que pode significar a degradação dos bens (LUCHIARI, 1997). Precisa-se refletir sobre a importância de ouvir os grupos tradicionais para entender como eles se sentem em relação ao que foi incorporado e perdido, sem forçá-los à conservação de algo que não os representa em nome de uma imagem, mas também sem comprometer seus meios de vida.

É comum ouvir que o meio rural foi descaracterizado e desqualificado com a chegada de práticas antes desconhecidas, mas e se as pessoas que moram lá preferem como está hoje, tendo em vista que possam ter sido incorporadas técnicas ou saberes que de fato facilitam e melhoram suas vidas? Ou se o que é originário não as representa mais enquanto comunidade e sim o híbrido? Deve existir uma medida entre valorizar práticas locais e respeitar a vontade de quererem se integrar e interagir. Ou o fato de considerar muitas vezes o que veio “de fora” como sendo melhor já configura o problema em si, pois se isso acontece é porque provavelmente suas mentes foram treinadas para acreditar que aquilo era o bom e o certo? Há um limiar estreito entre o querer e o ser ensinado a querer, certamente. Mas todas as escolhas que os seres humanos julgam com critério de valor fazem parte dos seus sistemas de crenças, construídos socialmente.

4 O caso de Barra Grande – PI

O povoado de Barra Grande está situado no município de Cajueiro da Praia, no litoral do Piauí, estado do nordeste brasileiro (Figura 1). É uma localidade que teve suas dinâmicas tradicionais alteradas devido à intensificação do turismo, em meados dos anos 2000. Tem tido um crescimento sem a participação da comunidade e desconsiderando as suas práticas tradicionais e características, de modo que a população nativa tem tido de se adequar às mudanças mesmo estando à margem ou sendo pouco beneficiada com os empreendimentos.

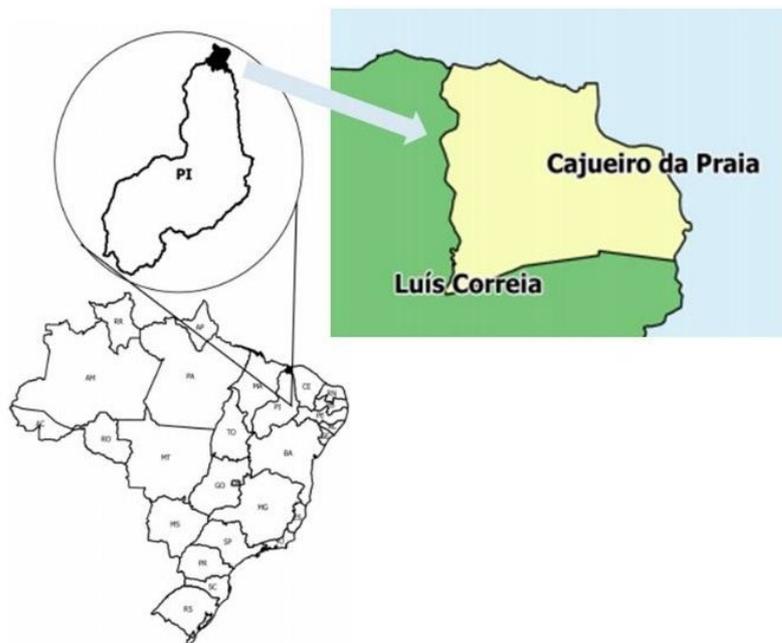


Figura 1: Mapa de localização do Município de Cajueiro da Praia.

Fonte: Sistema de Gerenciamento Garantia Safra, 2015. Adaptado pelos autores, 2020.

O litoral do Estado do Piauí é disposto em 66 quilômetros de extensão de orla marítima. O município de Cajueiro da Praia compreende vinte povoados, dentre os quais se encontra Barra Grande (Figura 2 e 3). Cajueiro da Praia possui uma população estimada de 7.608 habitantes (IBGE, 2018) e, antes da atividade turística se consolidar na região, tinha como principais atividades geradoras de renda a pesca, agricultura e o comércio informal.



Figura 2 e 3: Imagem aérea de Barra Grande em 2009 e 2019, respectivamente.

Fonte: Google earth, 2020.

O índice de desenvolvimento humano municipal (IDHM) de Cajueiro da Praia aumentou nos últimos anos, mas o município ainda se encontra na faixa de desenvolvimento considerada baixa. As vagas disponibilizadas para a população local nas atividades turísticas são sempre em empregos de base ou subempregos, sob a justificativa de não serem mãos-de-obra qualificadas e dificilmente eles são os proprietários dos empreendimentos turísticos devido ao seu baixo poder aquisitivo.

A parte do povoado criada pelo turismo – do espetáculo – destoa da área da vida cotidiana da população nativa, principalmente pelas construções e pelas

peças que a frequentam, uma vez que as ruas em si são semelhantes, ambas de areia ou terra batida. A rua turística principal, paralela à praia, era originalmente habitada por famílias pesqueiras que venderam suas casas, e atualmente é ocupada por restaurantes e pousadas em estilo “rústico” – com o uso de madeira, palha e vidro e decoração com objetos praianos, como luminárias de búzios. A população local só frequenta esta rua em posição de trabalhadores, nunca desfrutando desses equipamentos.



Figura 4 e 5: Imagem de um restaurante e de uma pousada, respectivamente, localizados na rua principal.

Fonte: Acervo dos autores, 2019.

O Plano Estratégico Turístico de Barra Grande, elaborado entre os anos 2008 e 2010, tem como principais objetivos diminuir a sazonalidade, aumentar a satisfação dos visitantes e gerar mais emprego e renda para a população local (DUTRA, SANTOS E SILVA, 2014). Entretanto o Plano foi elaborado com pouca participação popular, restrita apenas aos grupos pró-turismo (como empresários locais, representantes de entidades parceiras e pessoas que trabalham com turismo); além disso, não houve um diagnóstico com dados consistentes sobre a realidade local, sobre as estruturas que o local possui, sobre suas necessidades e dados socioeconômicos da população (DUTRA, SANTOS E SILVA, 2014).

Cabe lembrar que as ações governamentais turísticas que acontecem em Cajueiro da Praia sempre dependeram de planos e recursos de instâncias estadual e federal, uma vez que a estrutura administrativa municipal é precária e que os seus recursos humanos e tecnológicos não são suficientes (MACÊDO, 2011). A consequência disso é a falta de participação popular na concepção de planos desenvolvidos, dificultando um diálogo agregador (MACÊDO, 2011).

Desse modo, a falta de participação da população nos processos de tomada de decisão parece ser o principal motivo para que a situação não seja tão positiva

como poderia para os moradores. O Conselho Municipal de Turismo criado em 2001, seria o meio de participação da sociedade na gestão desse setor. A comunidade se mobilizou em torno deste Conselho em um primeiro momento, mas não deu continuidade às ações e a falta de apoio da Prefeitura é apontada como o principal motivo para a descontinuidade das ações (MACÊDO, 2011).

Em relação à avaliação feita sobre a atividade turística, geralmente ela é tida como negativa para a população local pois raramente coloca estas pessoas nas lideranças. Todavia esta análise não deve ser feita através do viés dualista (negativo x positivo; bem x mal) que invariavelmente se torna reducionista. A confluência de novas práticas impactando na cultura é complexa. A atividade turística trouxe para Barra Grande, por exemplo, uma maior independência financeira e emocional para as mulheres do povoado, que antes realizavam em sua maioria apenas trabalhos domésticos não remunerados e passaram a trabalhar em pousadas e restaurantes (CUNHA, 2018). O implicação disso é inestimável para a reformulação do entendimento sobre papel de gênero no povoado. A cultura de cidades maiores, de trabalhos assalariados com maior equidade entre gêneros, sendo aplicada na realidade de um pequeno povoado tradicional. É a cultura sendo ressignificada: fluida.

Outro exemplo é o fato de que a pluriatividade, o desenvolvimento de duas atividades para sobreviver – geralmente uma tradicional e uma relacionada ao turismo – repercuta na reversão do esvaziamento rural no povoado (CUNHA, 2018). Esse fenômeno, que atinge principalmente os jovens, passa a acontecer em menor intensidade, pois há um mercado mais amplo e mais trabalhos assalariados, assim as pessoas não precisam sair do local de origem. Contudo, estas ofertas de emprego do turismo abalam as atividades tradicionais em Barra Grande, pois muitas vezes, sobretudo os jovens, optam por substituí-las (CUNHA, 2018). A pesca, por exemplo, está ameaçada pela falta de interesse de se aprender esses saberes e eles estão se perdendo (CUNHA, 2018). A questão é: se essa atividade realmente cessar, significa que o turismo agiu negativamente em interromper uma prática tradicionalmente característica do local ou quer dizer que foi uma opção da população por, por exemplo, ser uma atividade mais trabalhosa, difícil e até mesmo arriscada? É preciso estar atento à preservação intocada do que é considerado tradicional se essa não for a escolha feita por seus habitantes.

5 Discussões

Percebe-se que o tema do turismo envolve um amplo contexto e pode gerar discussões de diversas naturezas. Este trabalho foi uma tentativa de reunir diferentes perspectivas que podem guiar essas discussões, entendendo-as não como antagônicas mas como complementares e embasadas por fontes teóricas de diversos campos do conhecimento para uma construção mais abrangente. É importante reconhecer que devido ao pouco tempo que estivemos no povoado de Barra Grande, a pesquisa sofreu alguma limitação na coleta de informações e observações de campo.

Entretanto, as informações recolhidas sobre Barra Grande foram suficientes para constatar que sua concepção enquanto cidade turística globalizada se insere na lógica da cidade-mercadoria, pois ela parece buscar se preparar para a “economia global”. Por se tratar de uma cidade do litoral do Piauí, um dos estados mais pobres economicamente do Brasil, país periférico, o conceito de cidade-

mercadoria chega sem uma parte de seus preceitos aplicados, como o da gestão participativa e da ênfase aos governos locais. O Plano Estratégico de Desenvolvimento é criticado pela falta de participação da comunidade, sendo “representada” apenas pelos grupos pró-turismo. Na verdade esse parece ser o problema da ideologia do “planejamento estratégico” – é realmente possível conciliar os interesses dos diferentes atores, principalmente numa realidade socioeconômica como a brasileira?

Acreditamos portanto que a autonomia ao governo local seria decisiva para construir uma democracia legítima em municípios como Cajueiro da Praia. Um dos objetivos da Constituição de 1988, no contexto de luta contra a centralização autoritária, é aliar a democracia a um valor social (BARBOSA, 2010) conferindo mais autonomia aos municípios, pois a descentralização do poder permite a aproximação da população aos gestores locais na definição das políticas públicas. A legitimação da formulação, execução e gestão das ações dessas políticas, como zoneamento, controle do uso e ocupação do solo e plano diretor, só aconteceria com o aval popular. Contudo Cajueiro da Praia, assim como outros municípios, enfrenta obstáculos de ordem financeira, jurídica e política para o exercício de sua autonomia na prática, pois tem baixa capacidade de arrecadação, sendo dependente das transferências das esferas estadual e federal que muitas vezes não acontecem (BARBOSA, 2010).

Entendendo as limitações da autonomia municipal para um planejamento local participativo, é necessário pensar em ações paralelas. Nesse sentido as mobilizações partindo da própria população local têm papel fundamental e para que isso ocorra ela tem que se reconhecer como uma comunidade, estabelecendo suas lutas por ideais comuns. Isso se faz necessário porque a situação atual é de assimetria de poder entre os grupos – os “de fora” se estabelecem nos cargos decisórios e têm maior poder econômico enquanto a população local fica desassistida por falta de representatividade. A formação de um grupo coeso pela população local pode equilibrar as forças entre eles (ELIAS E SCOTSON, 2000).

A união da população local também é importante por ser um instrumento contra o crescimento predatório do espaço tomado pela “espetacularização”. Geralmente a cidade planejada é espetacularizada e a não planejada fica à mercê da informalidade e da precariedade. Ao escolher quais os espaços vão receber investimentos (para atrair pessoas/consumidores) relega-se tantos outros à exclusão do processo de planejamento. O equilíbrio de representatividade entre grupos confere a oportunidade de que “a parte não escolhida” também seja pensada.

Em relação aos exemplos trazidos, de alteração na dinâmica do povoado por influência da atividade turística sem efeitos negativos à população local, eles corroboram com a teoria da hibridação de Canclini (1997), de que a cultura no mundo contemporâneo não está sendo perdida mas sim reconfigurada a partir da confluência de diversas influências. Na verdade o mais importante nesse primeiro momento de reflexão não é fazer o juízo de valor dessas reconfigurações mas sim reconhecer que elas acontecem e tentar entender como elas se dão. Nesse caso, a “incorporação” parece acontecer apenas em um sentido, muito provavelmente devido a assimetria econômica entre os grupos que estão se relacionando.

6 Considerações finais

Entender algumas características determinantes sobre a sociedade e, conseqüentemente, sobre a cidade contemporânea foi o ponto de partida fundamental para contextualizar as práticas turísticas da forma que acontecem atualmente. O turismo se apresenta como impulsionador do consumo do espaço e as novas paisagens que ele produz representam as formas contemporâneas de espacialização social, que contudo, de maneira potencializada pode levar à sua degradação.

A grande crítica a essas novas paisagens é que elas têm um mesmo padrão e são consideradas muitas vezes “cenários”, pois não estão necessariamente relacionadas ao território. Guy Debord (2003) aponta isso como o fim das localidades, enquanto Zukin (1996), Canclini (1997) e Hannerz (1997) acreditam que uma nova forma de espacialização social pode se materializar exatamente nessa confluência de diversas culturas e hábitos, não deixando de ater-se às assimetrias e aos limites culturais (HANNERZ, 1997).

O turismo intensifica as características encontradas no mundo – de espetacularização, homogeneização e simulação. Os diálogos, as trocas sem limite cultural e a equidade no trabalho não acontecem no turismo desenvolvido na lógica da cidade-mercadoria, como é o caso de Barra Grande. Uma vez que o fim dessa atividade nos moldes que ocorre significa uma mudança estrutural e do próprio sistema capitalista atual, é preciso pensar em estratégias realistas de combate a essa forma de produção do espaço.

Desta forma, este artigo aponta dois instrumentos de combate à construção de uma cidade preocupada apenas em se tornar atrativa e competitiva. São eles o investimento em um governo local fortalecido, para haver aplicação de políticas públicas focadas principalmente no bem estar da população local e o fortalecimento do senso de comunidade, possibilitando o equilíbrio de poder entre os diferentes grupos presentes. Apenas assim, acreditamos, será possível diminuir as possíveis assimetrias, especialmente em comunidades turísticas como Barra Grande – PI.

7 Referências

ARANTES, Otília; MARICATO, Ermínia; VAINER, Carlos. **A Cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. Petrópolis: Vozes, 2002.

BARBOSA, Jorge Luiz. Política Pública, Gestão Municipal e Participação Social na Construção de uma Agenda de Direitos à Cidade. **Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**. vol. XIV, n.º 331 (51), 2010. Disponível em: < <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-331/sn-331-51.htm>>. Acesso em: 28 fev. 2020.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas** - estratégias para entrar e sair da modernidade . Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1997. p.283-350.

COELHO, Carla Naoum. Não-lugares – uma leitura crítica sob a ótica do turismo. **II Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**, Caxias do Sul, 2004. Disponível em: <<https://www.ucs.br/site/pos-graduacao/formacao-stricto-sensu/turismo-e-hospitalidade/eventos-e-anais/ii-semintur/>>. Acesso em: 08 fev. 2020.

CUNHA, José Maria Alves. FAMÍLIA, TRABALHO E GERAÇÃO: um estudo sobre as relações entre a pesca artesanal e o turismo na localidade de Barra Grande – Cajueiro da Praia – PI. **Dissertação**. Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Universidade Federal do Piauí. Teresina, 2018.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. ebooksBrasil, 2003.

DUTRA, André da Silva, SANTOS, Nívea Maria Barros e SILVA, Elisângela Tavares. O Plano Estratégico Turístico de Barra Grande – Piauí (PI) / Brasil: melhorias a partir da análise de um modelo sistêmico. **Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR)**, 2014. Disponível em: <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/sumario.php?versao=11>> Acesso em: 20 de outubro de 2019.

ELIAS, N. & SCOTSON, J. L. **Os estabelecidos e os outsiders**: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FERREIRA, João Sette Whitaker. **O Mito da Cidade Global**: o papel da ideologia na produção do espaço urbano. Petrópolis: Vozes, 2007.

HANNERZ, Ulf. **Fluxos, Fronteiras, híbridos**: Palavras-chave da antropologia transnacional. In: MANA, 1997. p.7-39.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LUCHIARI, Maria Tereza. **Viagens à Natureza**: turismo, cultura e ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

MACÊDO, Ermínia Medeiros. O Turismo na Praia de Barra Grande – PI: Impactos e Contribuições ao Desenvolvimento Local. Brasília, DF. **Dissertação**. Mestrado Profissional em Turismo. Universidade de Brasília. Brasília, 2011.

MARICATO, Ermínia. Metrópole, legislação e desigualdade. **Estudos avançados**, São Paulo: vol. 17, n.º 48, 2003.

ROJEK, Chris. **Ways of scape**: modern transformations in leisure and travel. London: MacMillan, 1993.

SANTOS, José Lázaro de Carvalho. Reflexões por um conceito contemporâneo de urbanismo. **Malha Urbana** – Revista Lusófona de Urbanismo, [S.I.], n.º 3, maio 2009. Disponível em: <<https://revistas.ulusofona.pt/index.php/malhaurbana/article/view/87>>. Acesso em: 10 nov. 2019.

ZUKIN, Sharon. **Paisagens urbanas pós-modernas**: mapeando cultura e poder. In: Antônio A. Arantes (org.), O espaço da diferença. Campinas, SP: Papirus, 2000. p. 80-104.