

SÃO FRANCISCO DO LADO DE CÁ: O OLHAR DOS ARTESÃOS SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA FOZ DO RIO SÃO FRANCISCO E SUAS TRANSFORMAÇÕES SOCIOCULTURAIS

Juliana dos Santos Barros¹
Fabiana de Oliveira Lima²

RESUMO

Este trabalho busca compreender a relação da atividade turística com a identidade cultural dos artesãos da Foz do Rio São Francisco. Este lugar está localizado no município de Piaçabuçu/AL, situado dentro de uma área de preservação ambiental e recebe um grande fluxo turístico durante o ano inteiro. O turismo surge como um agente de transformação para o grupo de artesão que se apropriaram do local para oferecerem seus produtos a estes visitantes. Desta forma, buscou-se analisar o processo turístico através da ótica desse grupo, privilegiando o olhar dos *residentes* sobre os *turistas*. Para o trabalho utilizou-se levantamento bibliográfico, registros fotográficos, entrevistas e narrativas locais, buscando identificar as transformações ocasionadas por esta atividade e suas implicações na identidade cultural desse grupo, reconhecendo o processo de ocupação desse espaço. Nota-se que este acontecimento está relacionado com o modo como o turismo acontece no local, entendendo que esse fenômeno está intimamente ligado à troca cultural e simbólica, que influencia no comportamento e nas relações sociais.

Palavras-chave: Identidade Cultural; Desenvolvimento turístico; Foz do São Francisco.

SAN FRANCISCO HERE'S SIDE: THE LOOK OF ARTISANS ON TOURISM DEVELOPMENT IN THE RIVER MOUTH SAN FRANCISCO AND SOCIO-CULTURAL CHANGES.

ABSTRACT

This academic paper seeks to understand the relationship of tourism with the cultural identity of the artisans on the São Francisco' river mouth. This place is located in Piaçabuçu, a municipality in State of Alagoas, situated within an area of environmental preservation and receives a large influx of tourists throughout the year. The tourism arises as an agent of transformation for the artisans group that appropriated the place to offer their products to these visitors. Thus, it sought to analyze the tourist process through the eyes of this group, favoring the look of residents about the tourists. For the academic paper was used bibliographical survey, photographic records, interviews and local narratives, seeking to identify the transformations occurred for this activity and your implications on the cultural identity of this group, recognizing the process of occupation of this space. It is noted that this happening is related to the way that tourism happens on site. I understand that this phenomenon is closely linked to cultural and symbolic exchange that influence on the behavior and social relationships.

Keywords: Cultural Identity; Touristic Development; Foz do São Francisco

JEL: Z32

¹ Graduanda em Turismo na Universidade Federal de Alagoas, Unidade de Ensino Penedo- Campus Arapiraca (2011.2) Brasil. juliana-sbarros@hotmail.com.

² Professora Doutora na Universidade Federal de Alagoas, Unidade de Ensino Penedo- Campus Arapiraca Brasil. fa.olilima@gmail.com.



1 INTRODUÇÃO

Compreende-se a identidade como um conjunto de aspectos típicos de um determinado povo com suas crenças, cerimônias religiosas e conhecimentos comuns. Assim, como afirma Hall (2001, p 106) “na linguagem do senso comum, a identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são compartilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal”. A identidade vai se construindo a partir do momento que um determinado grupo se apropria de seus valores, tradições e manifestações que se eternizam na história, transmitindo-a de geração para gerações.

As identidades parecem invocar uma origem que residiria em um passado histórico com o qual elas continuariam a manter certa correspondência. Ela tem a ver, entretanto, com a questão da utilização dos recursos da história, da linguagem e da cultura para a produção não daquilo que nós somos, mas daquilo no qual nos tornamos. (HALL 2001, p. 109)

Nesse aspecto o trabalho buscou identificar as mudanças no processo de produção e comercialização dos produtos oferecidos por esses feirantes e se essas foram motivadas pelo contato com o visitante. Para tanto, foi realizado um levantamento bibliográfico, com pesquisadores que trabalham temáticas semelhantes e a interpretação do Plano de Manejo da APA localizada no município.

Apesar de o turismo ocorrer na Foz do Rio São Francisco sem planejamento, é importante que se reconheçam as motivações e o trajeto percorrido pelos artesãos até a instalação da feira de artesanato, considerando que a maior parte desses feirantes pertence ao estado de Sergipe. Assim sendo, realizou-se um estudo de campo, para o aprofundamento das questões propostas e, melhor compreensão das características do grupo estudado, e ainda entrevistas semiestruturadas com o poder público e levantamento de história oral com os feirantes, em especial os que estão exercendo a função há mais de 10 anos e que são os próprios artesãos, com o objetivo de obter uma visão mais detalhada sobre o fenômeno estudado.

2 IDENTIDADE CULTURAL: CONCEITOS E RELAÇÃO COM O TURISMO

A percepção de identidade cultural está sendo modificada com o decorrer do processo de civilização, a inserção das mídias, a facilidade de locomoção e o bombardeamento de informações instantâneas, que estimulam diversas

modificações na sociedade, seja no contexto econômico e de organização ou ainda no seu modo de vida. Sendo assim, o indivíduo pós-moderno não possui uma identidade fixa, pois está sujeito às transformações contínuas motivadas pelo processo civilizatório e pela globalização dos meios de comunicação e informação. Hall (2001) afirma que:

O sujeito previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado: composto, não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas. [...] O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático. (HALL, 2001, p.12).

A sociedade moderna passou a assumir diferentes identidades em momentos distintos, motivado pela troca acelerada de informação, que estreita cada vez mais as distâncias e o tempo. Segundo Giddens (1991, p. 6) “a medida que áreas diferentes do globo são postas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação atingem virtualmente toda a superfície da terra e a natureza das instituições modernas”. Deste modo, observa-se que o processo de globalização acabou introduzindo novos modos de construção identitárias.

Ainda de acordo com Hall (2001) :

A identidade se torna uma celebração móvel: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. É definida historicamente e não biologicamente. Os sujeitos assumem identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor do “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. (HALL, 2001, p.13).

Sendo assim, nesse contexto se configura a terceira concepção de identidade segundo Hall, em que o sujeito pós-moderno se apresenta como aquele que não possui uma identidade única, fixa ou permanente, como já citado, diferentemente das duas outras concepções, em que, a primeira é a do sujeito unificado desde o seu nascimento, dotado de capacidades de razão, consciência e ação e a segunda como sendo a que é formada pela relação com outras pessoas que aferiam seus valores, símbolos e sentidos expressos em uma cultura (HALL, 2001, p.22). O indivíduo deixa de ser visto com uma identidade unificada e estável e passa a apresentar uma identidade fragmentada, formada não mais por uma, e sim por várias identidades.

Assim, a identidade é realmente algo formado, ao longo dos tempos, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência e no momento do nascimento. [...] Ela permanece sempre incompleta, está sempre em processo, sempre sendo formada. [...] Assim em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar

de identificação, e vê-la como um processo em andamentos. (HALL, 2001, p. 38-39).

A construção da identidade está atrelada ao processo de globalização, já citado anteriormente, ao desenvolvimento das tecnologias e suas diversas formas de facilidade aproximam cada vez mais o local ao global e produzindo assim os mais diversos estilos e identidades, o que antes era próprio de uma comunidade, hoje pode ser encontrado em vários locais, padrões de consumo passam a ser adotados em todos os lugares. Esse contato com o global faz com que o indivíduo adote estilos de vidas que muitas vezes não faziam parte do seu cotidiano, o modo de se vestir, os gostos musicais, modo de comer, modo de agir, sua rotina está sempre sujeita a mudanças, condições estabelecidas pela modernidade que faz com o sujeito se depare com diversas alternativas de hábitos de vida. Bauman (2001, p. 98), acrescenta “numa sociedade de consumo, compartilhar a dependência de consumidor - a dependência universal das compras - é a condição *si ne qua non* toda liberdade individual; acima de tudo da liberdade de ser diferente, de ter identidade”. Ou seja, são os padrões de consumo disseminados pelas mídias ou expostos pelo contato de culturas diferentes que tornaram a identidade um produto de consumo. Segundo Canclini (1997), o consumo pode ser definido como sendo um conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso de produtos, ou seja, o consumo faz parte da construção identitária do indivíduo, tornando-se um elemento de exclusão, diferenciação ou até mesmo de inclusão social. O consumo de produtos ou serviços, muitas vezes contribui no desenvolvimento do “eu” do indivíduo, auxilia na construção do papel que o mesmo exerce no meio em que está inserido. McCracken (2003, p. 34) ressalta que “o mundo de consumo fornece ao indivíduo o material necessário para a elaboração da identidade pretendida por cada um”. Desse modo, nota-se que os padrões de consumo e a massificação midiática, tornaram-se elementos que conduzem a formação de uma identidade fragmentada, construída por meio da relação do indivíduo com o lugar do qual faz parte, com o mundo exterior e as suas identidades, em que conseqüentemente sua identidade cultural passa por um processo contínuo de formação e alteração. Hall (2001) considera ainda que o homem pós-moderno transformou-se em um sujeito fragmentado, conseqüência do montante das diversas identidades que chegam até a serem contraditórias ou mal resolvidas. A identidade está em um processo de construção constante e o processo

de globalização faz com que haja sempre uma reformulação de identidade. Como afirma Barretto (2001, p. 29) “a identidade é vista como algo móvel, sempre em construção, que vai sendo moldado no contato com o outro e na releitura permanente do universo circundante”. Isso nos faz encarar a identidade como um processo constante de reformulação e mudanças.

Dessa forma, compreendendo a identidade como algo não estático, as referências identitárias podem ser construídas e desconstruídas, fruto das relações sociais que são estabelecidas no espaço onde o sujeito está inserido e ainda das influências externas.

O turismo constitui-se numa atividade que promove o contato frequente entre pessoas, possibilitando assim um encontro cultural que poderá desencadear ganhos ou perdas para a comunidade receptora, dependendo da sua conjuntura social e cultural e ainda do modo pelo qual a atividade é encarada por estes indivíduos. Dias (2003) afirma que:

[...] resultado de um tipo particular de relações sociais que ocorrem entre turistas e residentes como decorrência do estabelecimento do contato e que provocam mudanças sociais e culturais na sociedade visitada – sistema de valores, comportamento individual, estrutura familiar, estilos de vida, manifestações artísticas, cerimônias tradicionais e organização social (DIAS, 2003, p. 126).

Essa interação entre turistas e residentes, em geral fragiliza os hábitos culturais dos visitados, conforme abordado, conseqüentemente altera a identidade dos mesmos, sendo as comunidades receptoras as que mais sofrem transformações. Torna-se importante salientar que o turismo quando planejado apresenta benefícios sociais, culturais, econômicos e ambientais em potencial, o fator determinante para isso, além do planejamento, é a gestão estratégica, que vise beneficiar os grupos envolvidos na atividade - a ausência de um planejamento sustentável ocasionará diversos problemas para os autóctones, não só em seu modo de vida e costumes, mas também em seu modo de agir e pensar.

Portanto, pode-se destacar que a identidade passa a ser vista como volátil, que pode ser enfraquecida por meio do bombardeamento de informações e infiltração cultural, ao passo que a vida social passa a ser medida pelo mercado global de estilos. Como afirma Hall (2001, p 42) “somos confrontados por uma gama de diferentes identidades, dentre as quais parece possível fazer uma escolha”. Na atualidade, as mudanças fazem parte do processo cultural, estando a identidade

sempre em construção, influenciada pelo contato com o “novo” com o “diferente” e pelos demais fatores que contribuem para esse processo de reformulação identitária. Assim dinâmicas, as identidades locais sofrem mudanças (Hall, 2001, p 43).

Ainda segundo Barretto (2001):

Do ponto de vista dos núcleos receptores, sem dúvida, as culturas não são estáticas, e a identidade dos povos e das pessoas muda ao longo do tempo. Nada nem ninguém permanece absolutamente idêntico a si mesmo para sempre. Nesse sentido, há que se concordar que manter a identidade local é tentar impedir o processo normal pelo qual pessoas e sociedade evoluem. (BARRETTO, 2001, p. 48).

Logo, é possível compreender que os acontecimentos atuais são demasiadamente acelerados e os espaços está cada vez mais próximos, através das informações instantâneas, modernização dos transportes, avanços tecnológicos, da facilidade ampliada na locomoção de pessoas, ultrapassando os limites das fronteiras do tempo e do espaço. Nesse aspecto, o turismo como uma atividade que promove o deslocamento de pessoas para lugares diferentes do seu espaço habitual, conseqüentemente promove a interação entre visitantes e visitados, ou seja, um encontro de culturas e hábitos de vida diferenciados. Como afirma Barretto (2001, p. 42), “isto, ocasiona um contato entre diferentes culturas propiciando que turistas e residentes vivenciem a alteridade”. Este contato, como já referido, pode originar mudanças positivas ou negativas, para as comunidades receptoras. Quanto à cultura, ele pode ser um elemento de valorização do patrimônio, da historia, mas o que aparece de modo mais recorrente é o interesse apenas no aspecto econômico que esta atividade pode proporcionar para os locais de destino turístico, estabelecendo contatos precários e provocando a dependência excessiva da atividade por parte da população das destinações turísticas (RUSCHMANN, 1997).

Segundo Barbosa (2002)

Esse argumento já consolidado pelo turismo constitui uma das armas ideológicas do sistema capitalista [...] O capital é tão ávido por mais lucro de forma dinâmica que transforma conceitos, contrariando a própria lógica da “indústria”, e chega ao ponto de denominá-lo indústria sem chaminé. O turismo não manufatura mercadorias como uma indústria”. (BARBOSA 2002, p.85-86).

É notório o grande potencial da atividade turística para geração de emprego e renda, mas não se pode descartar a contribuição que o mesmo possui para o desenvolvimento de outros vieses, como o social, cultural e ambiental, que estão

diretamente ligados ao desenvolvimento turístico. Porém sabe-se que é justamente o aspecto econômico que atrai o interesse de investimento no turismo, tanto por parte dos governantes, como dos setores privados. No entanto, quando não planejada de acordo com as necessidades locais, a implantação da atividade turística pode ocasionar inúmeros problemas, principalmente para a comunidade onde será inserida. Promover o desenvolvimento requer atenção aos seus mais variados aspectos. É preciso reconhecer a necessidade do local, para poder implantar um turismo atento a sociedade em que se insere, minimizando seus aspectos negativos e maximizando seus aspectos positivos.

Buarque (1999) aponta que:

Desenvolvimento local é um processo endógeno registrado em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos capaz de promover o dinamismo econômico e a melhoria da qualidade de vida da população. Representa uma singular transformação nas bases econômicas e na organização social em nível local [...] (BUARQUE, 1999, P. 23).

É inegável que o turismo, assim como outras atividades econômicas, causa interferências nos locais onde é instalado, mas quando trabalhado de forma correta as consequências negativas podem ser amenizadas.

3 Mudanças Socioculturais através Turismo: aspectos conceituais e natureza

Para Santana (2009, p. 147), “o desenvolvimento do Turismo em determinada área inevitavelmente afeta a vida das populações residentes, além de alterar claramente o ambiente físico. [...] Os impactos do turismo originam-se na possibilidade de receber turistas, na preparação da área e na construção dos produtos destinados a uma clientela específica, antes mesmo que o primeiro turista apareça em cena”. Deste modo, os efeitos do turismo estão associados às constantes mudanças provocadas pela modernidade, motivadas pelo alto consumo de bens e serviços. Atribui a isso também ações provocadas pelos agentes envolvidos no desenvolvimento da atividade, as instituições e a todos os agentes externos ligados a exploração do potencial de determinados territórios.

Isso resulta da exposição à globalização e as facilidades ao acesso as novas tecnologias, assim também como as modificações nos padrões de consumo. Segundo Santos (1996, p. 63) “Agora tudo se mundializa: a produção, o produto, o dinheiro, o crédito, a dívida, o consumo, a política. Este conjunto de mundializações,

cada qual sustentando, arrastando e ajudando a impor a outra, merece o nome de globalização”. A globalização³ estimula a competitividade e conseqüentemente a modernização, seus benefícios muitas vezes são diferenciados para lugares e pessoas, o que ocasiona na maioria das vezes a diferenciação e a exclusão social, entre outros efeitos gerados pelo capitalismo desenfreado. Portanto entende-se que as mudanças socioculturais do turismo estão atreladas ao mundo globalizado ao qual está inserido, sendo a atividade turística parte da globalização.

Desta forma, segundo Ruschmann (1997 p. 34) as mudanças socioculturais do turismo referem-se “a gama de modificações ou conseqüência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades receptoras”. Os impactos ou mudanças provocadas pelo turismo podem ser distinguidos como “positivos ou negativos” e ainda podem acontecer nas vertentes culturais, sociais, ambientais ou econômicas. Tais impactos podem ser identificados por uma série de fatores ligados as características das comunidades receptoras e do meio ambiente onde o turismo se desenvolve. É importante citar também que existem diversos estudos que abordam os impactos ambientais e econômicos do turismo, mas no que se referem aos socioculturais as pesquisas ainda são poucas. Um dos motivos para isso é o fato dessas mudanças serem mais lentas e levarem mais tempo para serem percebidas. Sobre isso Swarbrooke (2000, p. 109), afirma: “[...] em geral são invisíveis e intangíveis, e com pouca ou nenhuma oportunidade de serem revertidos depois de ocorridos”.

Embora vários estudos apontem os aspectos negativos do turismo, é importante destacar que o turismo possui suas contribuições positivas, sobretudo no que tange a geração de novas fontes de emprego e renda para as comunidades receptoras, na preservação de áreas naturais, patrimoniais e culturais e ainda em muitos casos colaboram para ascensão da autoestima das populações locais. Nicoletti (2003, p. 64) defende a interação entre locais e turistas. A autora defende que o ecoturismo, por exemplo, pode atuar como elo entre o local e o global, isso permite a introdução do ser na sociedade global, ao mesmo tempo em que possibilita a afirmação dos grupos locais. São vários os benefícios que uma

³ A globalização é um fenômeno do desenvolvimento tecnológico, principalmente dos meios de transporte e comunicação. Nesse âmbito, a percepção da identidade cultural referente a uma sociedade ou grupo emerge dos conflitos provenientes do fim das fronteiras virtuais. (BAUMAN, 2005)

atividade turística planejada pode ocasionar aos locais que passam a explorar esta atividade. Os investimentos em infraestrutura básica e de apoio turístico, por exemplo, melhoram as condições de vida dos moradores, ao mesmo tempo em que favorecem os visitantes. (DIAS, 2005).

Torna-se necessário apontar que a relação entre o visitante e as comunidades receptoras geram choques culturais, em especial quando os visitados não participam das ações promovidas para o desenvolvimento do turismo. Logo quando os turistas chegam passam a ser encarados como uma ameaça para a identidade local dessas comunidades. Pois não se desnudam de suas referências culturais para incorporar a dos autóctones. Ou seja, quando viaja, o turista leva consigo todos os seus hábitos e ainda sua conduta de consumo para os lugares de destino, independente da sua motivação de viagem. Sendo a cultura algo dinâmico que está em constantes mudanças, seja na perda de hábitos e costumes, ou na adição de novos. Laraia (2005, p 96) aponta dois tipos de mudanças, a que resulta da dinâmica do próprio processo cultural, é a outra originada dos diferentes contatos culturais. “É que se torna impossível pensar a existência de um sistema cultural que seja afetado apenas por mudanças internas”. (LARAIA, 2005, p. 96). Desta forma é notório que o encontro de duas naturezas diferentes provoque mudanças no comportamento cultural de determinados grupos.

O turismo possui características que podem influenciar nas mudanças de valores, pensamentos e comportamento de pessoas e lugares. Hall (2000, p.34), “acrescenta que vivemos em uma época pós-moderna onde as identidades são fragmentadas e não existe uma cultura fechada e absoluta”. São os *fluxos culturais* citados por Hall (2000), que fazem com que as identidades sejam partilhadas, as culturas tornam-se cada vez mais expostas a influências externas. São pessoas de diversas regiões interagindo em um mesmo espaço, são os diferentes espaços sendo cruzados em um piscar de olhos pela facilidade ao acesso advindo do processo de globalização. Sobre isso Hall (2000, p. 74) afirma: “É difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através dos bombardeamentos e da infiltração cultural”.

O contato entre visitante e visitado muitas vezes desperta nas comunidades, a capacidade de querer imitar o comportamento do visitante em suas rotinas diárias e muitas vezes no seu modo de agir e pensar. Cohen (1984, p. 397), aponta o

encontro entre visitante e visitado como sendo “essencialmente transitórios, assimétricos e sem repetições, [onde] os participantes procuram gratificação imediata em lugar de continuidade”. No caso do presente estudo, essa relação ocorre de modo assimétrico, pois a comunidade estudada tornou-se apenas prestadora de serviços, enquanto os visitantes se divertem, os autóctones trabalham para garantir aos visitantes um passeio agradável.

Cohen (1984) acrescenta ainda:

Essa efemeridade das relações é a que propicia a exploração, o engano, a hostilidade e a desonestidade, que são moeda corrente na relação entre turista e população local justamente porque nenhuma das partes envolvidas se sente comprometida com as consequências da sua ação. (COHEN, 1984, p. 397).

À proporção que o fluxo de turista aumenta, observa-se que a receptividade, a alegria e a reciprocidade, transforma-se em mercadoria, montada. O mesmo acontece na região da foz do Rio São Francisco, os artesãos impulsionados pela visita constante de turistas de diversas partes, fazem de tudo para atraírem a atenção dos visitantes para comprarem seus produtos; usam sua simpatia, seu sorriso e aptidões até na concorrência entre si. Essa relação também é motivada pelo tipo de turismo que é desenvolvido na localidade, o turismo de massa, onde normalmente o turista visita os atrativos turísticos, sem se quer tomar conhecimento sobre a população local. De acordo com Barretto (2004):

”O turismo, em sentido amplo, é um fenômeno social. Mas em sentido restrito, na perspectiva dos núcleos receptores, é um negócio. Um negócio que vende algo diferente, sim: prazer e lazer, mas que é conduzido pela lógica da sociedade capitalista, pela produtividade e pela lucratividade” (BARRETTO, 2004, p. 147).

Nota-se que esse é o modo como o turismo é encarado pelo grupo de artesãos da região da Foz do Rio São Francisco, quando o turismo passa a ser encarado pelas comunidades locais apenas em seu viés econômico, o que se observa é apenas o interesse particular de se favorecer financeiramente, porém a atividade turística pode trazer benefícios que vão além dos aspectos econômicos.

4 APA Federal de Piaçabuçu: Foz do Rio São Francisco

Piaçabuçu está localizada na região Sul do Estado de Alagoas, limitando-se ao norte com os municípios de Penedo e Feliz Deserto, ao sul com o Rio São Francisco, a leste com o Oceano Atlântico e a oeste com Penedo. Segundo dados

do IBGE o município possui uma população de 17.203 habitantes. O acesso pela capital Maceió é feito pela rodovia AL-101, com aproximadamente 184 km. Tendo sua economia voltada para a pesca e produção de coco, observa-se ainda um aumento da atividade turística na região. Está localizada ainda dentro dos limites territoriais da Área de Proteção Ambiental de Marituba do Peixe e a APA (Área de Proteção Ambiental) Federal de Piaçabuçu. (IBGE, 2010).

Em 21 de Julho de 1983, o Decreto nº 88.421, criava a APA Federal de Piaçabuçu, sendo a primeira Área de Proteção Ambiental criada no Estado, com o objetivo de proteger as tartarugas marinhas e as aves migratórias que utilizavam aquela área. A APA de Piaçabuçu, assim como as demais unidades de conservação da sua categoria, tem sua definição dada pelo Artigo 15º do SNUC como: “uma área em geral extensa, com certo grau de ocupação humana, dotada de atributos abióticos, bióticos, estéticos ou culturais especialmente importantes para a qualidade de vida e o bem-estar das populações humanas, e tem como objetivos básicos proteger a diversidade biológica, disciplinar o processo de ocupação e assegurar a sustentabilidade do uso dos recursos naturais”. (ICMIBIO, PLANO DE MANEJO DA APA DE PIAÇABUÇU, 2010).

Ainda de acordo com a Lei 9.985/00 do Sistema Nacional de Unidade de Conservação da Natureza (SNUC):

Trata-se de uma unidade de conservação pertencente ao Grupo de Uso Sustentável, localizada no extremo meridional do estado de Alagoas (10º 20'S e 36º 20'W) limitando-se ao Sul com o rio São Francisco, a Leste e a Norte com o Oceano Atlântico e a Oeste, com a uma linha paralela à praia do Peba. (MARRA, 1989, apud CABRAL; AZEVEDO; LARRAZÁBAL, 2006,p.162)

Nota-se a importância da APA de Piaçabuçu para o desenvolvimento do Turismo, tendo em vista a relevância dos seus aspectos de importância biológica. Ela possui 18 mil hectares, com áreas alagadas e a presença de dunas e gramíneas em expansão. Um cordão arenoso de dunas com uma extensão de 19 km que acompanha a praia desde o Pontal do Peba à Foz do Rio São Francisco, margeando o lado oposto ao continente, com uma largura de 700-800 metros. (CABRAL; AZEVEDO; LARRAZÁBAL, p. 866). Para tanto é necessário à elaboração de um planejamento das atividades a serem desenvolvidas nesse local, já que se observa o turismo acontecendo de forma aleatória, sem nenhuma preocupação com o local onde está inserido, ainda mais por se tratar de uma Área de Preservação Ambiental Federal. É importante destacar a existência de um plano

de manejo, criado no ano de 2010 que prevê ações a serem desenvolvidas nesta área, assim como destaca as exigências a serem seguidas para a manutenção do local. Porém, o que se tem visto é o não cumprimento destas ações pelos órgãos responsáveis e principalmente pelos gestores locais. Há um conjunto amplo de divergências entre os propósitos do plano de manejo, a população local e os empresários que promovem o turismo na região, o que dificulta o diálogo e as ações efetivas.

O turismo quando desenvolvido dentro da vertente da sustentabilidade, pode auxiliar na manutenção dos sistemas ecológicos, como as unidades de conservação, mas, para isso deve estar ligado com a criação de políticas públicas que visem à melhoria de vida das comunidades locais. Ao mesmo tempo, sem que haja boa comunicação entre as partes interessadas/afetadas, fica cada vez mais distante a possibilidade de promover resultados positivos.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O turismo nessa região começou ser explorado quando os governantes do Estado de Alagoas, em parceria com a Prefeitura de Maceió, passaram a investir no setor turístico, atraindo investidores do ramo hoteleiro. Com o investimento na infraestrutura, os turistas de várias partes do mundo adotam Maceió como destino de férias.

É em 1974, na gestão do prefeito João Sampaio, que ocorre a urbanização da orla da Pajuçara no trecho compreendido entre o cais do Porto e o Alagoas late Clube. É neste período que várias iniciativas são tomadas por parte do Governo do Estado e da Prefeitura Municipal no sentido de incentivar a implementação do turismo no Estado e no município. É criada a EMATUR (Empresa Alagoana de Turismo), estimula grupos a construir hotéis. (BARBOSA apud TORRES, 2011 p. 40).

Com isso os turistas passaram a visitar destinos próximos a capital como, por exemplo, a Foz do Rio São Francisco. Esses lugares passam a investir também no setor turístico, em Piaçabuçu os barcos passaram a ser adaptados para conduzir os visitantes até a Foz, cursos de qualificação são oferecidos aos moradores para que esses atendam os visitantes.

No início dos anos 1990, já havia no porto embarcações a espera exclusivamente de turistas. Nessa mesma década, a secretaria Municipal de Turismo lança um projeto para qualificar informantes turísticos, guias mirins e montar um ponto de informação turística. Outros cursos foram oferecidos à população, como o de fabricação de biscoitos e cocadas. Após o término do curso, passou-se a vender na Praça São Francisco de Borga, biscoitos caseiros e cocadas de diversos sabores. (TORRES, 2011 p. 42).

Deste modo, nota-se que a partir do desenvolvimento turístico, pessoas pertencentes a várias camadas sociais passaram a ver no turismo uma possibilidade de renda familiar. Deste momento em diante é possível observar a presença de turistas circulando no município durante toda semana.

O conjunto de elementos naturais encontrado na Foz do Rio São Francisco, localizada dentro da APA Federal de Piaçabuçu fez com que a atividade turística se desenvolvesse nessa região. Apenas a área da Foz é visitada em grande fluxo por turistas de toda parte do mundo, principalmente no período de alta estação (Verão), importante destacar que não existe um controle de visitação a esse local (capacidade de carga) que delimite o número de pessoa por metro quadrado, nem estudos que apontem os impactos causados pela grande movimentação de turistas nessa região.

Faz-se necessário destacar que apesar de estar concentrada dentro da APA a região da Foz do Rio São Francisco, passa por sérios problemas ambientais, motivados pela ausência de um controle da capacidade de carga, como já foi citado e ainda pela falta de fiscalização contínua. Porém, o passeio permite aos visitantes um contato com a natureza e com a cultura local, seja por meio da culinária, ou ainda pelo contato com artesãos locais.

A foz do Rio São Francisco atualmente é destino de grande parte dos turistas hospedados na capital Maceió. É possível observar em período de baixa ou alta temporada um fluxo de visitantes de várias regiões. Esses possuem características físicas diferentes dos moradores locais. No retorno do passeio a foz, os visitantes trazem consigo as mãos cheias de sacolas, nelas estão cocadas de fita, peças de barro, doces caseiros, e ainda as bolsas de palha, todos comprados no comércio que atualmente foi formado no local. (TORRES, 2011, p.56)

É na área da foz do São Francisco que atualmente encontra-se o comércio de artesanatos, muitos desses são produzidos e vendidos pelos próprios artesãos, outros são apenas peças compradas para revenda. Os feirantes que estão nesse local em sua grande maioria pertencem ao Estado de Sergipe, esses eram moradores do antigo povoado Cabeço e atualmente moram no povoado Saramém, que faz parte do município de Brejo Grande. A migração desse grupo ocorreu pela grande proximidade do estado de Sergipe com o estado de Alagoas onde ocorre todo o fluxo turístico (os motivos que levaram a migração serão detalhados a seguir).

Um dos problemas encontrados é o fato da região ser uma APA Federal, definida como, ZONA DE TURISMO ECOLÓGICO, onde está previsto em seu Plano de Manejo, regras gerais como: a proibição de construções, turismo de massa, veículos motorizados, atividades noturnas, acampamento, tendas ou estruturas similares, som (buzinas, barulhos ou ruídos), fogueiras, lampião, churrasqueiras ou similares. (ICMBIO, PLANO DE MANEJO DA APA DE PIAÇABUÇU, 2010). O que se tem observado é o descumprimento das ações previstas no Plano de Manejo da APA, ocorre pela ausência de uma fiscalização rigorosa e principalmente pelo surgimento de um turismo sem qualquer tipo de planejamento.

A região da foz do rio São Francisco recebe um grande fluxo de visitantes, que buscam o local justamente por esse contato com a natureza e ainda pela exuberância de suas paisagens. Mas, a ausência de estudos que apontem as consequências desse descontrole quanto à visitação e os diversos impactos gerados pelas embarcações que ancoram, pelos carros e outros veículos que chegam até o local, não fizeram os gestores despertarem para o real problema do lugar. Torres (2011, p. 52) ressalta que, “A foz do São Francisco, está dentro da APA de Piaçabuçu. Verifica-se a necessidade de ações públicas para a preservação destas áreas e a inserção da comunidade local em atividade de desenvolvimento sustentável”. Torna-se importante inserir a comunidade no processo de planejamento turístico, para que eles entendam seu papel quanto cidadão e ainda compreendam a importância do turismo, quando trabalhado de forma igualitária e participativa. Pois, a atividade turística é uma forma de inclusão social da população, por meio do fomento de atividades econômicas que promovam o desenvolvimento humano e coletivo de forma equilibrada e socialmente justa (LIMA, 2005).

Sendo assim, observa-se que não existe um diálogo entre o grupo de artesãos e a gestão do município e isso implicou em uma série de problemas, em especial para os artesãos, como será detalhado a seguir. O turismo na foz do São Francisco, assim como em outras regiões com características semelhantes, ocasionou diversos impactos, tantos positivos, como negativos, ao passo que trouxe emprego e renda que tentam diminuir a desigualdade social, ocasionou fragilidade ao local. Dias (2003, p. 32) acrescenta o impacto negativo é o crescente interesse de turistas por ambientes naturais frágeis e a rápida disseminação deste tipo de atividade com capacidade de alterar o meio ambiente em curto espaço de tempo.

No que se refere à participação da comunidade local no planejamento turístico, Swarbrooke (2000) afirma que:

Para estar envolvida no planejamento e administração do turismo sustentável, ou seja, o modelo mais ideal que não degradar os recursos naturais e culturais, a comunidade deve falar em uma só voz, deve sentir que pertence a um grupo que motivados por outras pessoas, se envolvem com os ideais da comunidade. (SWARBROOKE, 2000, p. 23).

Desta forma, é possível notar que no município de Piaçabuçu existe um entrave entre a comunidade receptora e os gestores, o que contribui para uma atividade desorganizada e com interesses particulares. Torna-se importante colocar a comunidade em destaque, conhecer seus anseios, para que ocorra um desenvolvimento sustentável. Para tanto, é necessário conhecer os problemas e as prioridades da população envolvida, a fim de identificar as dificuldades que enfrenta, procurando desenvolver soluções que garantam sustentabilidade ao meio natural e sociocultural onde essa comunidade está inserida.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nota-se que partir do surgimento de uma feira de artesanato, turistas e autóctones passam a se relacionarem, uma relação com interesse exclusivamente com fins de compra e venda. A hospitalidade passa a se apresentar nessa relação, e importante atender bem o cliente para que ele retorne ou indique o destino para outros. O turista por sua vez chega ao local com poucas informações e passa a exigir conforto e bem estar, a comunidade receptora então passa a querer atender as necessidades dos visitantes. Essa relação pode ocasionar as populações locais danos muitas vezes irreparáveis.

Deste modo, observa-se que o turismo em Piaçabuçu acontece sem o planejamento adequado. O que advém da ausência de elaboração de políticas públicas voltadas ao uso do espaço natural, as relações comerciais e ainda as relações pessoais que acontecem durante o contato do visitante com o visitado. Nota-se que o turismo de massa desenvolvido na região ocasiona diversos problemas para a comunidade e para o lugar, gerando conflitos entre os autóctones e os órgãos ambientais, como o ICMBio (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade) . Assim sendo é necessária a aplicação de práticas ambientais, que delimitem o uso da Área de Proteção Ambiental, pois a exploração dos recursos naturais sem qualquer tipo de planejamento pode gerar sérios problemas não

apenas ambientais, mas também, sociais e culturais, ocasionando a descaracterização do lugar e conseqüentemente o desaparecimento dos elementos que constituem a identidade de um povo.

Referências

BARBOSA, Ycarim Malgaço. História das viagens e do turismo. 2º ed. São Paulo: Aleph, 2002 (Coleção ABC do turismo).

BARRETTO, Margarida. Relação entre visitantes e visitados: um retrospecto dos estudos socioantropológico. Turismo em Análise, v. 15, n.2, p 133-149, novembro, 2004.

_____. Turismo e legado cultural: As possibilidades do planejamento. 2º ed. Campinas: papiros, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

_____. Modernidade líquida. 1º ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BUARQUE, Sérgio C. Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável. Brasília: Instituto internacional de cooperação agrícola(IICA), 1999.

CABRAL; AZEVEDO; LARRAZÁBAL. Levantamento das aves da área de proteção ambiental de Piaçabuçu, no litoral de Alagoas Brasil, 2006. "Documento de Trabalho"

CANCLINI, Garcia N. Consumidores e cidadãos. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

DIAS, Reinaldo. Introdução ao turismo. São Paulo: Atlas, 2005.

_____. Sociologia do turismo. São Paulo: Atlas, 2003.

ICMBIO. Plano de Manejo da APA de Piaçabuçu. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2010.

GIDDENS, Antony. As conseqüências da modernidade. 2º ed. São Paulo: UNESP, 1991.

HALL, S.A. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP & A, 2000.

_____. Quem precisa da identidade? In. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais / Tomaz Tadeu da Silva(org). Petrópolis – RJ: Vozes, 2001.

LARAIA, Roque de B. Cultura um conceito antropológico. 14º ed. Rio de Janeiro : Zahar, 2005.

LIMA, Érika Oliveira. Contribuições para o desenvolvimento do turismo local social: um estudo de caso em Carrancas – MG. Dissertação de Mestrado. Varginha, MG: 2005.

MCCRACKEN, Grant. Cultura e consumo. Rio de Janeiro : Mauad editora, 2003.

NICOLETTI, Lenita. Turismo e desenvolvimento sustentável. In: MONTORO, Tânia Siqueira (org.). Cultura do turismo: Desafio e práticas ambientais. Brasília: Thesaurus, 2003.

RUSCHAMANN, Doris. Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente. São Paulo: papiros, 1997.

SANTANA, Augustin. Antropologia do Turismo: analogia, encontros e relações. São Paulo: Aleph, 2009.

SANTOS, Milton. A natureza do Espaço: Conceitos e impactos ambientais. São Paulo: Aleph, 2000, vol. 1.

SWABROOKE, John. Turismo Sustentável: conceitos e impactos ambientais. São Paulo: Aleph, 2000, vol. 1.

TORRES, Ionara C. Ficou mais bonito? Antes e depois do turismo em Piaçabuçu-AL. 2011. Monografia (Curso de Bacharelado em Turismo) – Universidade federal de Alagoas, Penedo-AL, 2011.